

جامعة الجزائر 02

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علم الاجتماع

الموضوع :

تأثير برامج التلفزيون على المرأة الماكثة في
البيت

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير

في علم الاجتماع العمل

تحت إشراف :

من إعداد الطالبة :

أ.د: الهاشمي مقراني

نورة عشية

السنة الجامعية

2012-2011

كلمة شكر وعرّفان

جزل الشكر الى اساتذتي بقسم علم الاجتماع ,أخص بالذكر الأستاذ المشرف الدكتور :الهاشمي مقراني على توجيهاته القيمة طيلة مدة البحث وتفهمه .

ممتنة للدكتور :زرذومي أمحمد على مجهوداته القيمة معي .

الشكر موصول كذلك الى الاستاذ ظامر وكل من وقف الى جانبي لانجاز هذا العمل .

الف شكر للجميع.

والحمد والشكر لله أولا وأخيرا

إهداء

شكراً لله على وجودكم في حياتي:

والديا الكريمين ، زوجي و اخوتي : محمد ، علي ، رؤوفه ، هشام ، يحيى ،
موسى ، هارون و حبيبتي ليلي الى ابناء اخوتي : عيشة ، زياد ، سارة ، يبدقة ، و
أמיד الى كل أحبتي اهدي هذا العمل المتواضع .

نور الهام عشير

فهرس المحتويات

01..... مقدمة

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

04..... 1 - إشكالية الدراسة

07..... 2 - أسباب اختيار الموضوع

08..... 3 - أهداف الدراسة

08..... 4 - أهمية الدراسة

09..... 5- منهج الدراسة وأدوات البحث

11..... 6 - مجتمع البحث والعينة

13..... 7 - مفاهيم الدراسة

25..... 8 - الدراسات السابقة

35..... الفصل الثاني: التلفزيون من المنظور الاجتماعي

36..... تمهيد

36..... مقارنة سوسولوجية

تأثيرات التلفزيون واثاره على : (السينما، الصحافة المكتوبة، الشاشات الاخرى، الراديو،

الجوار، المقهى، الحمام و الزيارات العائلية، الرياضة و التنزه) 46.....

51.....	التلفزيون، الوسيلة، الانتاج، البث والتطور
56.....	الدور التربوي والثقافي للتلفزيون
62	نظريات التأثير الانتقائي في الاعلام
65	نظرية الفروق الفردية
72	نظرية الفروق الاجتماعية
73.....	نظرية العلاقات الاجتماعية
74	أهم نظريات التأثير الانتقائي في ميدان الاعلام
76.....	الفصل الثالث: المرأة والاعلام
77.....	تمهيد
80.....	صورة المرأة في وسائل الموروث الشعبي
82.....	واقع المرأة بين ازدواجية التطبيق
83.....	صورة المرأة في وسائل الإعلام المختلفة
88.....	البرامج التلفزيونية التي تعنى بالمرأة
91.....	أسباب إقبال المرأة على مشاهدة التلفزيون
94.....	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية
95.....	تمهيد
95.....	مواصفات مجتمع البحث

97..... عرض وتحليل محتوى الاستمارة

159..... النتائج العامة

163..... خاتمة

164..... قائمة المراجع

176..... فهرس الجداول

الملاحق

مقدمة:

اثبتت دراسات عدة أن الإنسان قد ينمو فيزيائيا بدون اتصال لكنه لن ينمو معرفيا¹ فعملية الاتصال التي تعتمد على التأثير و التآثر و تبادل المعرفة تساهم إلى حد كبير في تنشئة الإنسان و ترفيته إلى كيان مستقل ,قادرا على التعامل مع متطلبات الحياة بما يفيد و يفيد المجتمع من حوله ,كما يساهم الاتصال بمختلف في استنباط مفاهيم جديدة قد لا تكون لو ظل الإنسان حبيس اطر ضيقة أو في معزل عن الآخرين . ولنا أن نتخيل حجم العملية (الاتصال) وأنواع النشاطات المختلفة التي يمارسها الإنسان أو يتعرض لها من خلال تطور وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة وأبرزها تأثيرا على الفرد والمجتمع : التلفزيون ،محل دراستنا من خلال تأثيره على شريحة واسعة من المجتمع الجزائري وهي المرأة الماكثة في البيت , لما يتميز به من مواصفات جعلت منه وسيلة ترفيه و تثقيف , بل انه اعتبر في السنوات الأخيرة منافسا للأسرة في وظيفتها الأساسية وهي التنشئة الاجتماعية ، وقد عرف التلفزيون تغيرات جذرية خلال العقدين الأخيرين . والسبب في ذلك نمو وسائل الاتصال العالمية فيما يعرف حديثا بعولمة الثقافة . و كان للتلفزيون الدور الأساسي في تلك العملية مستعينا بآلاف المحطات الفضائية . التي تحاول نشر أفكار الآخر بالوسائل المسموحة والممنوعة .

وفي الوقت الذي دقت فيه الدول الأوروبية ناقوس الخطر الذي يهدد هويتها وخصوصيتها الثقافية من خلال هيمنة النموذج الأمريكي على تصميم الأعمال التلفزيونية من برامج وحصص العاب وترفيه و تلفزيون الواقع. لجأ الساسة الأوروبيون إلى اعتماد قوانين و وضع معايير تحدد دخول الإنتاج الخارجي.²

¹- احمد عبد المالك : فضائيات ، دار مجدلاوي عمان 2000 ، ص 18

²- الهاشمي مقراني : "التلفزيون الاوروبي بلا حدود" ,المجلة الجزائرية للاتصال العدد 9 1992 (ص 77)

والذي من شأنه طمس هوية أوروبا الثقافية لصالح النموذج الأمريكي. في هذا المجال، تبقى قنواتنا العربية والوطنية على وجه التحديد لا تبالي بهذا الغزو الخارجي للأفكار، مستسلمة لمالكي تكنولوجيا المعلومة وصناع الصورة والسياسات الإعلامية، دون أدنى خشية. أو خوف على الهوية الوطنية أو الخصوصية الثقافية التي تحاول كل الأمم الذود عنها والمحافظة على كيانها .

لإجراء هذه الدراسة ودون أن نتغاضى عن العوارض الاجتماعية للإنتاج ارتأينا أن نقتصر على حدي الاتصالات المرئية عن طريق المرسل و المتلقي، وكذا تأثيرات المضامين التلفزيونية على المرأة الماكثة في البيت في ضل الانتشار الواسع لآلاف القنوات الفضائية الوافدة . فيما يبقى حقل الإنتاج الجزائري في هذا المجال لا يستوفي المعايير التي تحدد السياق المحلي فمن هذا المنظور تعتبر الجزائر مستهلكا أكثر منه منتجا تلفزيونيا.

على ضوء ما ذكرت، فإن هذه الدراسة تسلط الضوء على جمهور النساء الماكثات في البيت. من خلال تعرضهن لمختلف البرامج التلفزيونية انطلاقا من الفترة الزمنية التي تمضيها المرأة أمام شاشة التلفزيون. وعلاقة السمات الديموغرافية والسكنية بالمشاهدة التلفزيونية فضلا عن الأعباء المنزلية ومسؤولياتها الأسرية .

وبناء على هذا الطرح سوف اتناول هذا الموضوع من خلال أربع فصول. يتضمن الفصل الأول الإطار المنهجي الذي يتناول التعريف بموضوع الدراسة وأهميتها وأهدافها وكذا طرح الإشكالية وتساؤلاتها بالإضافة إلى الدراسات السابقة المتعلقة بدراسات المرأة، الإعلام و المجتمع. كما انه سيتم التعريف بأهم المفاهيم الواردة في الدراسة مع عرض المنهج أمتبع وأدوات البحث المتمثلة في الاستمارة والمقابلة وكذا تبيان شروط وأسس اختيار العينة والصعوبات التي اعترضت البحث.

الفصل الثاني يتناول بالدراسة الجانب الاجتماعي أو السوسيولوجي للتلفزيون من خلال استعراض أهم المقاربات السوسيولوجية حول تأثيرات التلفزة وأثارها على مختلف وسائل الإعلام الجماهيرية : الصحافة المكتوبة باعتبارها أعرق وأقدم وسيلة اعلامية ، الاذاعة وما أحدثته من انتشار للثقافة الراديوفونية ، المسرح ، السينما ، الزيارات العائلية ، المقهى و الحمام بالنسبة للمرأة ، كما تناولنا في هذا الفصل التلفزيون كوسيلة اعلامية تعتمد على البث واستهداف الجمهور ، البرمجة وتطور آلياتها نظريات التأثير المختلفة. كما تطرقت إلى دور التلفزيون وأهميته لا سيما في الجانب التربوي و الثقافي . وفي الفصل الثالث تناولت المرأة والإعلام من خلال اهتمام الهيئات والمنظمات الدولية بضرورة تمكين المرأة ومحو الصورة النمطية التي التصقت بها، وإشراك وسائل الإعلام في ذلك بدءا بتصحيح صورة المرأة في وسائل الإعلام المختلفة التي نستعرضها في هذا الفصل بإيجاز.

في الفصل الرابع تناولت الجانب الميداني للدراسة ، و يتضمن مواصفات مجتمع البحث الى جانب عرض وتحليل جداول الاستمارة و اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة ، فيما يخص تأثير برامج التلفزيون على المرأة الماكثة في البيت وتعرض هذه الفئة لكم الهائل من البرامج التلفزيونية الوافدة من كل صوب وحذب ، وعلاقة ذلك بالتلفزيون الجزائري . معتمدة على معايير منطقة السكن وطبيعته ، إضافة إلى متغيرات : السن والمستوى التكويني في تحديد أنماط وسلوك المشاهدة التلفزيونية .

1 (الإشكالية :

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري رواجاً ، منذ أن أصبح العصر الحديث ، عصر الثورة الإعلامية بلا منازع . فهو الوسيلة الأكثر تعرضاً للمدح و القدح في الوقت نفسه"و بأن قدرته لا يمكن أن تقارن إلا بقدره السلاح الفتاك"³ ولتبسيط الفكرة تحضرنى تلك "الأسطورة التي تحكى عن ماردي وجد في إحدى القرى وأثار فرعاً لا يوصف ، إلا أن أهل القرية لم يستطيعوا التخلص منه ففكروا في تزويده بعقل حتى يكون في خدمتهم ويعود عليهم بالفائدة. و شبه بعض النقاد التلفزيون بهذا المارد الذي يحتاج إلى عقل حتى لا يفتك بالأمة". وحظي التلفزيون بألقاب عديدة لم تطلق على سواه ، فإذا كان العامة في المجتمع الجزائري يلقبونه ب (صندوق العجب). فإن **Xavier Couture** أطلق عليه لقب (ديكتاتور العاطفة)⁴ الذي يستبد بعواطف المشاهدين على اختلاف فئاتهم الاجتماعية وتباين فئاتهم العمرية ومستوياتهم العلمية ، يحركها كيف ما شاء ، ينقل أحداثاً مليئة بالمشاعر و الانفعالات بحيث يربط المشاهد بواقعه و واقع مغاير يجعله ينحو إلى أسلوب المقارنة و المفاضلة دون قصد.

و اعتبره كارل بوبر " باللص الذي يسرق أوقاتنا والخطر والمهدد للديمقراطية"⁵

في المقابل "يعتبره باحثون آخرون بالبديل للأسرة في مجال التنشئة الاجتماعية إلا أنها

تنشئة متأخرة حسب مقاربة - باندورا⁶ - و له دور مهم في الجانب التربوي والثقافي .

وانه بمثابة جامعة شعبية كبيرة تخاطب الأمي والمتعلم و تنقل الثقافة والعلم والفن

و الترفيه"⁷

³ - كاتز إيجو، حسب Lazarsfield في : بحوث في الاتصال الجماهيري (1974) p 12 :

⁴ - **Xavier Couture** : La Dictature DE L' émotion(ou va la télévison ? Audibert . Paris 2005 .

⁵ - **Karl Poper** ,La télévision : un danger pour la democratie Edition 10/18 (p 19) Paris , 1998

⁶ - البرت باندورا: نظرية التعلم الاجتماعي ، مطبوعات التعليم العام ، نيويورك 1969

⁷ - جون ر، بيتنار : مقدمة في الاتصال الجماهيري ، مركز الكتب الاردني الطبعة 4 (ص 200) 1986

دون الخوض في مساوئ ومحاسن التلفزيون فما يهمننا منه هو تأثيره على شريحة واسعة من المجتمع محددة سوسيوجغرافيا ولها سماتها الخاصة وهي جمهور النساء الماكثات في البيت الأكثر استهدافا من قبل الرسائل الإعلامية لعدة معطيات تتعلق بكونها المسؤولة عن تنظيم الأسرة وتسيير شؤونها الاقتصادية وبالتالي فهي مستهلك للسلع المنزلية وعليه ينبغي: أن تبني الصيغة الدعائية وفق النمط الذي تريده المرأة . كما أنها تشكل جزء من البناء الاجتماعي فهي المتلقي لايدولوجيا الدولة الحديثة والتي تحاول نشرها وخاصة عن واقع المجتمع وتغيير نظرتة السلبية تجاه المرأة من خلال, نشر أفكار المساواة بين الجنسين ومحاولة تغيير الصورة السلبية عن المرأة من خلال طرح نماذج جديدة تعطي تصور يختلف عن النماذج التقليدية السائدة كما أننا سوف أركز على الدور السوسيو تربوي للتلفزيون. لأنه فضلا عن الفرجة فإن التلفزة تثير ظواهر الإسقاط والانتساب بقوة جد خاصة فبدخولها الحياة العائلية الخاصة تعمل على مباغثة الفرد في أوقات راحته وهو في غاية الثقة بالنفس في بيته .

ظروف الغبطة هذه غالبا ما يميل فيها المشاهد للاستسلام إلى عملية الإسقاط والانتساب بحيث يحدث رواد الحصص التربوية و الثقافية جاذبية كبيرة للانتباه في هذا الاتجاه الذي يعمل على تنشيط الإصغاء , كما أنها تخلق روح من المشاركة وهو ما يبعث على التربية والتعليم .في ضل غياب شبه تام للمؤسسات الخاصة بالمرأة في المجتمع الجزائري مثل دور رعاية الأطفال أو النوادي الثقافية.

وعليه نتساءل هنا عن دور التلفزيون الجزائري ومدى فاعليته في احتواء جمهور النساء الماكثات في البيت والذي تجاوز نسبة 78 % , منها 53% تعاني من الأمية. مما يفرض على السلطات تحد آخر توكل مهمته إلى وسائل الإعلام وفي مقدمتها التلفزيون، لمحاربة الظاهرة أو التخفيف من حدتها، وان كنا في هذا السياق لا ننكر أن التلفزيون الجزائري قد لا يستطيع مواكبة القنوات الرائدة في هذا المجال من ناحية تصميم البرامج

وإنتاجها.و ما تتطلبه العملية من احترافية مهنية و معايير فنية. إلا أننا في نفس الوقت لا يمكن أن ننكر أن رسالته الإعلامية ما زالت لها صدى داخل المجتمع الجزائري(وان تكون بعض الفئات ذات الاهتمامات السياسية والاقتصادية قد تحولت إلى قنوات أخرى). إذ يبقى التلفزيون الجزائري يشكل الملاذ الأمان لكثير من الأسر خاصة في غمرة الانتشار الواسع للقنوات الفضائية الوافدة وما تبثه من برامج لا تتناسب مع الخصوصية الجزائرية وهي برامج بلا مضامين هادفة غاياتها تجارية بحتة. ويبقى التلفزيون الجزائري مطالب بتحسين أدائه وتقديم الأفضل لمواكبة التطور ومواجهة المنافسة ، واسترجاع ثقة المشاهد في المقام الأول.

ومن هنا تتدرج إشكالية الدراسة التي تقوم على السؤال التالي:

كيف تتأثر المرأة الجزائرية الماكثة في البيت بمحتوى البرامج التلفزيونية ؟

تساؤلات الدراسة

وللإجابة على إشكالية الدراسة تم تفكيكها إلى التساؤلات التالية :

1. ماذا يقدم التلفزيون بصفة عامة والجزائري بصفة خاصة للمرأة الماكثة في البيت

من برامج في المجال التربوي والثقافي؟

2. ما مدى تأثير البرامج المقدمة بصفة عامة على سلوك المرأة شكلا ومضمونا؟

3. في خضم تزايد زخم الفضائيات هل هناك سياسة إعلامية وطنية لمواجهة القنوات

الوافدة؟

4. ما مدى تأثير الاشهار على المرأة الماكثة في البيت في مجال الاستهلاك ؟

أسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة:

يعود السبب الأساسي لاختياري لهذا الموضوع إلى محاولة لفهم واقع المرأة واحتياجاتها بعيدا عن التناقضات والمجاملات السياسية التي تمتطي قضيتها لأغراض معينة. كما وجدنا في المرأة الماكثة في البيت ميدانا لاستقراء اشكاليتنا كونها تشكل جمهور تلفزيوني واسع نظرا للوقت المتاح لها بين الأعباء المنزلية التقليدية و بين الموانع الاجتماعية التي تطوقها في فضاء البيت. بمعنى آخر أن المرأة الماكثة هي من أكثر الشرائح الاجتماعية استهلاكا للبرامج التي تبثها القنوات التلفزيونية. على أن مكوثها في البيت سواء كانت مرغمة أو بإرادتها، جعلها تختار البرامج التلفزيونية كبدايل ترفيهية مقابل الموانع الاجتماعية التي ترافق المكوث في البيت. من الناحية النفسية والاجتماعية يراودنا الاعتقاد أن البحث عن التلفزيون كبديل و ملجأ و متنفس عن هموم المرأة بشكل عام و المرأة الماكثة بشكل خاص، يفتح لها نافذة إطلالة عن العالم الخارجي.

وبحكم وجودي في الوسط الإعلامي ارتأيت أن أخصص هذا البحث كاستجابة لاهتمامات نسوية حتى اتعمق في هذه الاهتمامات، هل تقتصر فقط على طلب البرامج الترفيهية وأفلام ومسلسلات الدراما العربية أم تتعداه إلى برامج تربوية وتنقيفية، تكون المرأة في أمس الحاجة إليها بالنظر إلى الدور المنوط بها في بناء شخصيتها و تربية الأولاد وقيادة الأسرة؟

أهداف الدراسة :

أسعى من خلال هذه الدراسة إلى بلوغ الأهداف التالية :

- الكشف عن مدى إقبال النساء الماكثات في البيت على مشاهدة برامج التلفزيون.
- معرفة نوع القنوات التي تتابعها ونوع البرامج التي تفضلها.
- الكشف عن السمات الشخصية لجمهور النساء الماكثات في البيت، وعن فئاتها العمرية ومستواها التعليمي . وعن دورها في البيت ودور برامج التلفزيون في تربية الأطفال احد أهم مسؤوليات المرأة خاصة (الأم)
- أيضا الكشف عن الدور السوسيو تربوي للتلفزيون وعن البرامج التي يقدمها في هذا المجال لهذه الشريحة من النساء. - وأخيرا الكشف عن مدى تعرض النساء الماكثات في البيت للإشهار وتداعياته على السلوك الاستهلاكي للمرأة .

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الموضوع في تناول شريحة هامة من المجتمع تتمثل في جمهور النساء الماكثات في البيت والمتواجدة بالأحياء الشعبية الأهلة بالسكان حيث تتعدم وسائل التربية والتنقيف لتجد هذه النسوة في شاشة التلفزيون متنفسا تلجأ إليه لإشباع رغباتها .

فارتأيت أن أقدم هذه الدراسة لإثراء الحقل المعرفي بموضوع يجمع بين الإعلام و علم الاجتماع نظرا لتواضع الأعمال الجزائرية المنجزة في هذا المجال أيضا لفت القائمين على التلفزيون الجزائري إلى ضرورة الاهتمام بالدراسات والأبحاث التي تهتم بدراسة تأثيرات التلفزيون على الفئات والحشود الاجتماعية للتمكن من تقديم برامج هادفة ومناسبة لكل الفئات وأبرزها المرأة بصفة عامة والماكثة في البيت بصفة خاصة. وأخيرا تعميق معرفتنا النظرية والمنهجية من خلال هذه الدراسة ، حول سوسولوجيا التلفزة وتأثيراتها.

4 - منهج الدراسة وأدوات البحث

4-1 المنهج المستعمل في الدراسة :

نقتضي طبيعة الموضوع إتباع المنهج الوصفي الذي يعتبر الأكثر تداولاً في البحوث الاجتماعية وذلك لأنه يعتمد أساساً على البحوث التطبيقية، الميدانية ويرى كل من Roger Pinlo و Madleine Gravitez أن الدراسات الوصفية هي التي تدرس الجماعة في وسطها الاجتماعي أي في إطارها العادي وذلك من أجل الوصول إلى أهداف معينة باستخدام الملاحظة.⁸

وهي طريقة من طرق التحليل والتفسير للظاهرة الاجتماعية بشكل علمي . ويعبر عنها أمين الساعاتي أنها تعتمد التعبير الكيفي الذي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، والتعبير الكمي الذي يعطيها وصفاً رقمياً يوضح مقدار الظاهرة وحجمها.⁹ لذا اعتمدت أحد أشكال المنهج الوصفي وهو المسح الذي يقوم على جمع البيانات عن ظاهرة ما وتنظيمها وتحليلها قصد التعرف على جوانب القوة والضعف فيها بهدف أحداث تعديلات على الظاهرة , ويعرفه احمد بن مرسلتي " انه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها في ظروفها الطبيعية غير المصطنعة¹⁰ كما يهدف المنهج المسحي إلى دراسة واقع اجتماعي في فترة زمنية محددة ويسمح باختبار الفرضيات المطروحة قصد الإجابة على تساؤلات الدراسة.

4 - 2 ادوات البحث

الاستمارة:

⁸ – Madelleine Gravitez et R Pinlo : Methodes des Sciences Sociales; Edition Dalloz, paris 1996.

⁹ – مدونة احمد عظيمي , المناهج المستخدمة في علوم الاتصال (مقالة الكترونية) ديسمبر 2009 .

Adimiahmed.over-blog.com

¹⁰ – تيودور كابلوف : البحث السوسولوجي , دار الفكر الجديد 1979 ص 171

لجمع اكبر قدر من البيانات التي تحقق بلوغ أهداف الدراسة اعتمدت تقنية الاستمارة وهي من الوسائل الاكثر شيوعا في البحوث الاجتماعية و تتضمن مجموعة من الاسئلة يحضرها الباحث بعناية في التعبير عن الموضوع المراد دراسته ,مراعيا في ذلك اختيار المفردات اللغوية المناسبة لمستوى افراد العينة من أجل الحصول على اجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة و تعريفها

وقبل توزيع الاستمارة قمت بتجريبها على مبحثين لهم نفس خصائص وسميات افراد العينة المراد دراستها ,وذلك للتأكد من صحة الفرضيات أيضا مراجعة بعض الأسئلة والمفردات التي يتعذر فهمها من قبل المبحثين فيتم تدارك ذلك , وقد تم توزيع استمارة هذه الدراسة مرفوقة بالمقابلة المنظمة¹¹ وتسمح هذه الطريقة للباحث بان يكلف محققين في تجميع المعطيات دون فقدان الرقابة على البحث كما تسمح بتوفير الوقت . وقد لجأت الى تكليف محققين لسبب بسيط وهو عندما قمت بتوزيع الاستمارة على مبحثين لهم نفس خصائص افراد عينة الدراسة من اجل تجريب الاستمارة و لكوني اعلامية بالتلفزيون الجزائري لاحظت ان اجابات المستجوبات كانت اكثر مجاملة عندما تتعلق الاسئلة ببرامج التلفزيون الجزائري وهن يعتقدن اني سوف اعرض اجاباتهم على الشاشة وبالتالي كن يمدحن كثيرا في برامج لا يتذكرن لا عناوينها ولا طبيعتها ،هذا ما جعلني الجأ الى استعمال محققين عند التوزيع الفعلي للاستمارة بغية الحصول على اجابات دقيقة وموضوعية .

ووفقا لما سبق فقد قمت بتوزيع 140 استمارة على أفراد العينة (جمهور النساء الماكثات في البيت) وتم توزيعها مقسمة على 40 عائلة بالأحياء الشعبية لكل من : باب الواد ، براقى ، عين نعجة و اولاد موسى بالروبية وتم تحديد 30 مفردة لكل حي من الاحياء التي سبق ذكرها . وبعد الفرز تم الاحتفاظ ب 120 استمارة .

وقد تم البدء في العمل الميداني في الفترة الممتدة من سبتمبر 2011 حتى نوفمبر من نفس السنة 2011 .

¹¹ - مرجع سابق ل تيودور كابلوف ص 180

وتضمنت الاستمارة 31 سؤالا في شكل محاور:

المحور الأول: تضمن السيمات السوسيوديموغرافية، البيئات الشخصية والمسكن والمستوى التعليمي الخ .

المحور الثاني: تضمن كل ما يتعلق بظروف مشاهدة التلفزيون , مكان المشاهدة الفترات المخصصة لمشاهدة التلفزيون , البرامج المفضلة ,القنوات المفضلة ,عدد أجهزة التلفزيون أسباب عدم وجود البرابول الخ .

المحور الثالث: تضمن أسئلة حول: نوعية البرامج التي تساعد على تربية الأطفال. مشاهدة الطفل للتلفزيون موقف الأولياء منه هل توجه الأم أبناءها ؟ هل تراقبهم ؟ هل يصدرن سلوك معينة بتأثير من التلفزيون ؟ ما طبيعة هذه السلوكات .

المحور الرابع : تضمن أسئلة حول الإشهار التلفزيوني ,هل تتابعه ؟ هل تستهلك المواد التي تشاهدها في الإشهار ؟ هل يتابع الأطفال الإشهار؟

والمحور الخامس والأخير تضمن أسئلة حول تقييم برامج التلفزيون الجزائري من قبل المبحوثات أيضا ضرورة وجود التلفزيون في حياه أفراد العينة و ضرورة وجود قنوات وطنية أخرى .في الساحة الإعلامية الجزائرية .

4 - 3 مجتمع البحث وتحديد العينة :

يتمثل مجتمع دراستنا في جمهور النساء الماكثات في البيت (الجزائريات) والمتواجدات بالأحياء الشعبية التالية : حي باب الواد بالجزائر العاصمة ,حي براقي ,حي عين نعجة و حي أولاد موسى بضواحي العاصمة و بما انه من الصعب إجراء دراسة شاملة لكل النساء الماكثات في البيت بالجزائر لان ذلك يتطلب إمكانيات ضخمة وعدد من المحققين ومنتسح من الوقت , و جهود كبيرة وبما انه يتعذر علينا ذلك اخترنا عينة تمثيلية لضرورة منهجية لها سمات وخصائص المجتمع الأصلي. وتتمثل العينة المختارة

للدراسة في 120 مبحوثة مقسمة على 40 عائلة متواجدة بالأحياء التالية : حي نيلسون (باب الواد)، براقى ، حي 720 مسكن (عين نعجة) و حي كربونال (اولاد موسى) بالروبية , وتناولت الدراسة المرأة الماكثة في البيت من سن 18 سنة السن القانونية للبلوغ الى اكثر من 50 سنة .

وكان اختيار العينة عمدي و تعرف هذه الطريقة بانها : اختيار مفردات العينة بطريقة مقصودة طبقا لما يراه الباحث مناسباً من سمات وخصائص تتوفر في مفردات عينة البحث وتخدم أهداف الدراسة¹²

¹² - مدونة احمد عظيمي ، مصدر سابق (ص 03)

4 - تحديد المفاهيم والمصطلحات:

1 - التلفزيون :

يتكون هذا المصطلح من، (تيلي) و يقصد به البعد و (فيزيون) الرؤية، بهذا المعنى الحرفي لهذا المصطلح، يتشكل لنا المعنى الحقيقي الذي يقوم حول الرؤية عن بعد- تجسد هذا المعنى بشكل دال وواضح بعد أن استطاعت هذه الرؤية أن تعبر صورها القارات والمحيطات لتدخل البيوت دون سابق إنذار- ازدادت حدة هذا التواصل المستمر والمفروض على الجماهير من الولوج والتوغل إلى كل الأماكن بتوسع شبكات الإرسال عبر الأقمار الصناعية- و أصبح يشكل استحوادا واسعا على المجال الحسي والمعرفي للجمهور المشاهد لما يبث على شاشات التلفزيون- وعليه، أضحت التلفزيون قوة إعلامية يندر أن توازيها قوة إعلامية أخرى، بحيث تسهم بشكل فعال في رفع مستوى الجمهور المتلقي عقليا، و ذهنيا و فنيا بصورة تلقائية- كما أنها تؤدي أغراضا نافعة للفكر والفن والثقافة، حيث تتيح فرصة أكبر للإبداع في كافة مجالات الحياة سيما في الإخراج للأعمال التلفزيونية، بالتالي يتميز التلفزيون عن باقي وسائل الاتصال والتواصل بقدرته على إظهار وإبراز الأفراد و قدراتهم و كفاءاتهم المعرفية و العلمية فضلا عن بعض الخصوصيات التي تؤهل الأفراد للتمييز عن باقي أفراد المجتمع و ذلك بأدوارهم الاجتماعية مثل المشاهير والعناصر القيادية و كل ما من شأنه أن يبين قوة الأداء و الانجاز في مسار الحياة.

"وسيلة نقل الصورة و الصوت في وقت واحد بطريقة الدفع الكهربائي و هي أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجمهور عن طريق بث برامج معينة"¹³

التلفزيون العمومي:

هو الذي باستطاعته تحقيق خدمة عمومية لفائدة الجميع ففي الدول ذات الأنظمة الليبرالية نجد التلفزيون العمومي أو الحكومي أو تلفزيون شبه عمومي عن طريق مساهمة الدولة- أما في النموذج الإفريقي و المقصود بها الدول النامية هناك استثنائية وجود التلفزيون الحكومي فالخدمة العمومية هنا ، هي كل نشاط مرئي من شأنه تحقيق فائدة لجميع الشرائح (حصص أخبار أفلام شرطة) و تكون موجهة خاصة إلى الشرائح ذات المشاهدة الخاصة-

يستطيع التلفزيون العمومي أن يكون إعلاما تجاريا في جانب منه و نقصد هنا الصفحات الإخبارية لمؤسسات خاصة. أما التلفزة ذات الطابع التجاري فبإمكانها تحقيق منفعة عامة من خلال بثها لحصص اجتماعيه ثقافية أو خاصة بالأمن العام-

التأثير:

هو قياس المؤشر الأكثر استحسانا والمقصود به تحقيق رفاهية اجتماعية، تعكس درجة التأثير ويتعلق الأمر بمسألة التقدم الاجتماعي أو التقهقر الاجتماعي progression OU regression هذا التقدم أو التقهقر يكون بمثابة تقييم أو مقياس المؤشر الفني synthétique الذي يوضح وجهة نظر وحقبة اجتماعية.¹⁴

¹³ مدونات مكتوب <http://mesgwaar.maktoobblog.com> 15 سبتمبر 2008 زيارة الموقع 01-07 -

2009

¹⁴ - دوريس ايه جريير، ترجمة سعد اوليدة: سلطة وسائط الاعلام في السياسة، ط 2، دار النشر عمان، 1997، ص 16.

الإشهار:

1 - الإشهار او الاعلان لغة:

هو بمعنى يعلن من مصدر علانية وتعنى الإظهار والإشهار والجهر بالشئ ويعتبر الإشهار احد الأنشطة¹⁵ التي تركز عليها أي مؤسسة في سبيل التعريف بالسلع والخدمات التي تساهم بها في العرض المتوفر في سوق معين وتعتمد هذه المؤسسات الدراسات الاستطلاعية قبل البدء في تصميم الحملات الإشهارية حيث تسمح لها هذه الدراسات بالتعرف على حاجات ورغبات المستهلك والتي تتحول إلى طلبات فيما بعد .
يعرفه الشيرازي¹⁶ على أنه المجاهرة في حين أن بطرس البستاني قال أنه يعني النشر والإظهار.

هذا عند العرب بينما يعرفه قاموس "لاروس" الصادر عن دائرة المعارف الفرنسية على أنه " مجموعة الوسائل المستخدمة للتعريف بمنشأة تجارية أو صناعية واطراد منتجاتها"

إذن التعريف اللغوي للإشهار لا يتعدى الشرح اللغوي للفظ الإشهار.بينما في التعريف الغربي الوارد في قاموس "لاروس" فهو في الحقيقة أكثر شمولية من المفهوم الحقيقي.

2 - الإشهار اصطلاحا

يعرفه محمد العليان على أنه عملية الاتصال غير الشخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنا معيناً لإيصال معلومات معينة إلى فئات معينة من المستهلكين. بحيث يفصح المعلن عن شخصيته.¹⁷

في هذا التعريف نجد إشارة إلى أنّ الإشهار هو عملية اتصالية بين طرفين أساسيين.مرسل منتج ومتلقي مستهلك أو مشتري،زبون أو تاجر إلى غير ذلك.بالإضافة إلى أنه يركز على ضرورة دفع المقابل من طرف المعلن للوكالة الإشهارية نظير

¹⁵ - منى الحديدي:الإعلان.ط1،الدار المصرية اللبنانية،القاهرة.1999.ص18 حسب المدون عبد الوهاب :

www.ar.wikipedia.org/wiki في مايو 2007.

¹⁶ حسب ا،الفيروز ابادي الشيرازي في : القاموس المحيط ،الهيئة المصرية العامة للكتاب المجلد 4 (1977)

¹⁷ - امحمد جودت ناصر:الدعاية والإعلان والعلاقات العامة.ط1.دار مجدلاوي،عمان،الأردن.97.98.ص102.

الخدمات التي يحصل عليها. والأمر الآخر المهم هو كشف هوية المعلن حتى يتعرف عليه المتلقي.

أما التعريف الغربي لنفس المفهوم فنجدّه عند أيكير ومايرز (*Aaker/myers*) على أنه اتصال جماهيري يحصل لتحقيق فوائد معروفة. متعلقة بمعلن يدفع أموالاً لوسيلة إعلامية من أجل بث رسائله. والتي هي على العموم موضوعاً من طرف وكالة إخبارية.¹⁸

سوسيولوجيا الإشهار

الإعلان أو الإشهار سوسيولوجيا ، يعرفه عالم الاجتماع الفرنسي " ادغار مورين"¹⁹ على انه نظام أفعال يتأسس على علم, لكنه بالتحديد ليس هناك وجود لعلم الإشهار بل هناك فن وإستراتيجية تسعى للاستخدام معطيات علمية . و مع تطور البحوث التي تعنى بتأثير وسائل الاتصال الجماهيري أصبح هناك توجه نحو استثمار نجاح صورة شخص ما اجتماعيا ,سواء إن كان رياضيا أو ممثل أو ما يسمى بنجوم المجتمع ليقع إيهام الجمهور والذي يكون من مستوى اجتماعي معين بشراء هذا المنتج , واهامه بأنه أصبح ينتمي إلى هذه الفئة الاجتماعية المحظوظة ,وهنا الإغراء لا يكون جنسيا بل اجتماعيا . ويعرفه غراو والتر "²⁰ على انه إغراء الأفراد على سلوك بطريقة معينة فيما يعتبره أيكير ومايرز على انه اتصال جماهيري يحصل لتحقيق فوائد معروفة متعلقة بمعلن يدفع أموالاً لوسيلة إعلامية من أجل بث رسائله والتي هي موضوعاً من طرف وكالة

¹⁸ جوليات كريشنا و راميراز سمايورا في: الإشهار ووسائل الاعلام ،

catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni

زيارة الموقع في 11 مارس 2012

¹⁹ - حسب المدونة الواردة في هذا الموقع / زيارته في 2011 - www.arrafid.ae/arrafid/f1_1-

[2011.htm](http://www.arrafid.ae/arrafid/f1_1-2011.htm)

²⁰ - نفس المصدر

إشهارية وفي السياق نفسه تعرفه جمعية التسويق الأمريكية على أنه أي الإعلان هو مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر ولإذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور بغرض حثه على شراء سلع أو خدمات ,أو من أجل استمالته إلى التقبل الطيب للأفكار أو الأشخاص أو المنشآت المعلن عنها وهو وسيلة غير شخصية لتقديم أفكار والترويج عن سلع بواسطة جهة معلومة مقابل اجر مدفوعا وهي إستراتيجية عبر عنها "جاك سيغويلا" ب (ستار ستراتيجي) وتعمل على تشجيع تبني نمط حياة جديد يقوم على الاستهلاك الواسع لمنتجات معينة بجعل العلامة التجارية هي الأبرز ما أدى إلى حرب فعلية بين العلامات المتعددة كل واحدة تقدم إلى المستهلك بأفضل صورة ممكنة وذلك لكسب وفاء وتعاطف الجمهور مع هذا²¹العلامة.

يصل الإعلان إلى الجمهور عن طريق أشكال متعددة من وسائل الاتصال كالصحف اليومية والمجلات والإذاعة والتلفزيون إضافة إلى الانترنت ,ويعد أول استعمال للإعلان في العصر الحديث في عام 1922 عبر الإذاعة انطلاقا من الولايات المتحدة الأمريكية ثم فرنسا حيث قام الناشر "البيين ميشال" بامضاء أول عقد إشهار مع محطة " راديوولا" وبعد السينما والراديو جاء دور التلفزيون ليستعمل لأول مرة في الولايات المتحدة في عام 1947 من أجل ترويج المؤسسات لمنتجاتها وتسهيل عملية البيع أما في فرنسا فلم يكن الإشهار التلفزيوني مرخصا إلا في عام 1968²² وكذلك في دول أوروبا لأنها كانت تنتظر إلى التأثير السلبي للإشهار على النمط الاستهلاكي للأفراد لجعله لا يتلاءم

²¹ -مجلة العربي العدد 559 أكتوبر 2008 (ص 13)

²² - مجلة العربي مصدر سابق ص 21

مع الاحتياجات الحقيقية بعد ذلك يقول دالاس سميث أصبح التلفزيون مؤسسة يقوم نشاطها ليس على بيع برامج إلى المشاهدين ولكن على بيع الجمهور إلى المعلنين. وهنا يظهر جليا الاتفاق الحاصل بين الفكر العربي والغربي. فكلاهما يركز على الطابع الجماهيري للاتصال الإشعاري والمنفعة المحصلة من طرف المعلن. كما يركزان على الوسيط الذي قد يكون مديرية العلاقات العامة بالمؤسسة، الوكالات الإشعارية الخاصة أو وسائل الإعلام.

التعريف الإجرائي للمرأة الماكثة بالبيت:

المرأة الماكثة بالبيت، هي امرأة تهتم بالأعمال المنزلية و رعاية الأسرة و الأطفال- وهناك المرأة المتواجدة على الدوام بداخل البيت و تهتم بكفاءة بشؤون البيت. "

النمطية:

هي الانطباع المشوه الذي يتكون لدى الفرد بناءا على معلومات مغلوبة او ناقصة او تعميمات ، ، تلصق بالمرأة كصورة تلازمها ليس لكونها تحمل هذه الأفكار أو الصور بل بل لأن المجتمع يرغب في تطويقهن في الفكرة أو الصورة ما وفي الغالب صورة سلبية²³.

²³ - عزة كامل : مقالات بحثية حول الجندر و الاعلام <http://www.1.aucegypt.edu/academic/gmj> 07
- 01 - 2009

تنمية المرأة:

يقول ديفيد هارسون في تعريف التنمية "انه مصطلح تغلب عليه الصفة المعيارية، فهو يعني في معظم الأحيان النمو الاقتصادي وتحقيق الذات والتغيير البنائي والاقتصادي"²⁴. فهو مفهوم واسع يختلف معناه من اختصاص الآخر. ففي حين يعتبر الاقتصاديين التنمية تعني المزيد من الإنتاج الاقتصادي في حقل السلع والخدمات. فإن علماء السياسة يعتبرون أن التنمية تعني المزيد من التقدم نحو نماذج الديمقراطية والحكم على النمط الحديث المعروف بعدالته وفعاليته وتمويلته. أما علماء الإدارة فيقيمون التنمية من جهتهم على أنها مزيد من التنظيم البيروقراطي الفعال، في حين يرى السوسيولوجيين أن التنمية هي مجموعة العمليات المنظمة والهادفة والتي تؤدي إلى التغيير الاجتماعي²⁵. وتنمية المرأة قد لا تختلف عن المفهوم العام للتنمية فهي تشمل الجانب السياسي والاقتصادي والاجتماعي المتعلق بالمرأة. إلا أن مراجعة الفكر السوسيولوجي في هذا الجانب يجده مرتبطاً بشكل خاص بالرؤية الاقتصادية. فعلم اجتماع التنمية يركز وبشكل أساسي على الجانب الصناعي والاقتصادي لتنمية المجتمع وهذا الشيء ينطبق على مفهوم التنمية المرتبط بالمرأة²⁶.

²⁴ ديفيد هارسون، علم اجتماع التنمية والتحديث، ترجمة: محمد عيسى إبراهيم، دار الصفاء، عمان، 1998، ص 218.

²⁵ - فردريك معتوق، تطور الفكر السوسيولوجي العربي، جروس برس، طرابلس، لبنان 1986 (ص 128).

²⁶ Nicholas Abercrombie:- The Dominant Ideology Thesis -*The British Journal of Sociology* .Vol. 29, No. 2 (Jun., 1978), p 335

إلا أن هناك بعض الاتجاهات التي لا ترى في العناصر المادية جانب رئيسي ووحيد في عملية التنمية. يقول بوردون "قد تكون البنية الاجتماعية (رأس المال الاجتماعي) شروطاً ضرورية للتنمية، ولكن التاريخ يبرهن على أن البنى التحتية غالباً ما ترافق التنمية ولا تسبقها، فالتنمية فعل يصدر من ذات المجتمع ولا ينتقل إليه على شكل آلة، فالآلة تأتي بعد الإنسان ولخدمة الإنسان، ولا تأتي الآلة لتحل محل الإنسان فهو الغاية والآلة ليست إلا وسيلة"²⁷. فالجانب المادي في عملية التنمية قد يعتبر عنصراً أساسياً لتلك العملية ومنها تنمية المرأة والتي عادة ما تعرف بأنها: "الجهود التي تبذل الأحداث سلسلة من التغيرات الوضعية والهيكلية اللازمة لنمو المجتمع وذلك بزيادة قدرة أفرادها على استقلال الطاقة المتاحة إلى أقصى حدٍ ممكن"²⁸. ويعتبر بعض منظري التنمية أن هذه الأخيرة تمر عبر مواقف الأفراد وقيمهم. وهذا ما يذهب إليه فيبر (Weber) وبارسونز (Parsons)، حيث أن بعض أنظمة القيم تكون أكثر ملائمة للتنمية من أخرى²⁹. وقد يعتبر الجانب القيمي العنصر الأكثر دلالة في توضيح عملية التنمية الخاصة بالمرأة فهناك اختلاف في بنية القيم الأبوية لا على مستوى المجتمعات فقط ولكن على مستوى المجتمع الواحد والذي يؤثر على سلوك الأفراد في تبني نمط خاص

²⁷ - فردريك معنوق، مصدر سابق، ص 130.

²⁸ محمد الدقس، التغيير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، دار مجالوي، عمان، الطبعة الثانية، 1996، ص 60

²⁹ ل. بودون دوف بوريكون، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، مصدر سابق، ص 211.

من القيم والذي في الغالب يكون انعكاساً لنظام التنشئة³⁰. هذه العناصر اللامادية قد تكون عنصراً حاسماً وفعالاً في تنمية المرأة.

التعريف الإجرائي لتنمية المرأة

يمكن تعريف تنمية المرأة إجرائياً، بأنها العمليات الاجتماعية والاقتصادية السياسية التي يراد منها دمج أكثر للمرأة، في هذه القطاعات وزيادة مشاركتنا فيها، سواء من خلال توفير القاعدة العلمية لذلك أو من خلال دمجها في قوة العمل.

عمل المرأة:

قد لا يمكن حصر عمل المرأة في اتجاه تنظيري واحد، إذ أن تناول هذا المصطلح يخضع لمتغيرات مادية ومعنوية. فبالنسبة للدول الأكثر تقدماً عادة ما يشير هذا المصطلح إلى التغيرات الجذرية والنمطية في مدى مساهمة المرأة في قوة العمل وخاصة منذ النصف الثاني من القرن العشرين إذ بلغت نسبة مشاركتها 65% في بعض الدول مثل بريطانيا وأمريكا³¹. أما بالنسبة للدول الأقل تقدماً فعادة ما يناقش هذا الاصطلاح في مدى المشاركة المحدودة للنساء في قوة العمل حيث تعتبر على أنه جزء بسيط بشكل عام. إذ تبقى نسب اشتراك المرأة في قطاعات الاقتصاد المنتجة متدنية جداً إذا ما قورنت بنسبة اشتراك الرجال³²، وخاصة في البلدان النامية بوجه خاص، ويعزي انخفاض نسبة المشاركة إلى انخفاض نسبة تواجد

³⁰ Melvin L. Kohan, *Class An conformity As Study In Values*, second edition, the university of Chicago Press, 1970, Pp.05-06.

³¹ Nicholas Abercromble, مرجع سابق ص 335.

³² هنري عزام، المرأة ودورها في حركة الوحدة العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1982، ص 267.

النساء خصوصاً في مواقع التأثير واتخاذ القرارات إذ مازالت نسبتهن طفيفة لا تذكر³³. في حين هناك اتجاهات تنظر إلى عمل المرأة وفق رؤية متباينة وخاصة عملها داخل البيت فالإنتاج الاقتصادي ينظر إلى عمل المرأة داخل المنزل على أنها مستهلكة فقط لا تساهم في عملية الإنتاج. ويقوم هذا الافتراض على الفكرة التي مؤداها أن النساء يقمن بإعادة إنتاج القوة العاملة ورعايتها من أجل العاطفة وليس من أجل التقدم ولذلك فلا تأثير لهذه الأنشطة بالتغيرات الاقتصادية³⁴.

عمل المرأة داخل المنزل

هو كل نشاط يومي منتظم تقوم به المرأة، سواء كان بمردود اقتصادي أو بدون مردود. في حين ينظر كارل ماركس إلى العمل المنزلي على أنه جزء من صياغة وإعادة إنتاج القوى العاملة والتي تعتبر شرطاً ضرورياً لإعادة إنتاج رأس المال. وفق وجهة النظر هذه يُنظر إلى قوة العمل على أنها نتيجة لعملية إنتاجية حيث العامل الأجير المستنفذ يتحول بفضل العمل المنزلي إلى عامل في كامل صحته. وبعد ذلك تُباع هذه السلعة — قوة العمل — وتحدد قيمتها كما هو الحال بالنسبة لكل السلع الأخرى وفقاً للوقت الضروري لإنتاجها³⁵. إلا أن التحليل الماركسي للعمل النسوي داخل المنزل يقع خارج إطار تحليله للرأسمالية. فهو — عمل المرأة داخل البيت — جزء من الظروف الخارجية وغير التاريخية لأي نمط من أنماط الإنتاج³⁶. أما بالنسبة للحركات النسوية فهي في الغالب تنظر

³³ نفس المصدر، لهنري عزام (ص 268).

³⁴ وداد سليمان مرقص، المرأة والتنمية، مركز البحوث العربية، دار الأمين للنشر و التوزيع، القاهرة، 1998، ص

14.

³⁵ وداد سليمان مرقص، مصدر سابق، ص 15.

³⁶ نفس المصدر، ص 16.

إلى العمل المنزلي بالرغم من أنه عمل غير مأجور فهو عمل حقيقي يؤدي إلى إنتاج قيمة. إلا أن التعريف الذكوري للعمل هو العامل الرئيسي في تهميش هذا القطاع من الأعمال³⁷ أما بالنسبة لعمل المرأة الاقتصادي، فهو في الغالب لا يختلف عن عمل الرجل، إلا أن الميزة المهمة التي يتميز بها عمل النساء وخاصة في الدول النامية تكمن في هذا الجانب من قوة العمل في اتجاهات معينة بحد ذاتها، مثل قطاع الخدمات بشكل خاص، والذي في العادة يعتبر إعادة إنتاج لدورها التقليدي في العمل المنزلي والذي عادة ما يُعزى إلى العوامل الاجتماعية والتقليدية التي ما تزال من الأمور التي يركز إليها لتفسير المعدل المنخفض لاشتراك الإناث في القوى العاملة³⁸.

تحرير المرأة :

عادة ما يشير هذا المفهوم إلى "المطالبة بمساواة المرأة بالرجل في الحقوق السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتي بدأت أساساً في الغرب في القرن الثامن عشر مع الحركة الصناعية التي نقلت المجتمع من الأرستقراطية والإقطاعية إلى الديمقراطية الصناعية حيث كانت المرأة تعد أقل من الرجل جسماً وعقلاً. ولم يكن لها حق الملكية ولا التعامل المالي³⁹. وقد يشير هذا المفهوم إلى مشاركة المرأة والرجل في مختلف جوانب الحياة ابتداء من بنية الخطاب بين الجنسين والعلاقات بين الجنسين ومدى المشاركة في الفعالية الاجتماعية⁴⁰. إلا أن

³⁷ نفس المصدر، ص 19.

³⁸ هنري عزام، مصدر سابق، ص 271.

³⁹ هبة رؤوف عزت، المرأة والدين والأخلاق، دار الفكر ط 1، دمشق 200، (ص 315).

⁴⁰ Fatima sadki, *Le discours sur la femme*, Publication de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Rabat, 1997, P. 188.

المقاييس الكمية تبقى معياراً قد يجانب الموضوعية. فتحرير المرأة يتضمن التفاعل مع المرأة وفق أساس الذات لا الجسد وأن تشترك في جميع الميادين العامة وأن تتساوى مع الرجل في الحقوق وبخاصة في إطار الأحوال الشخصية وأن تكون كائناً بذاتها لا بغيرها.⁴¹ فالتحرير لا يتم من الفراغ والعزلة بل هو ضمننا في الكفاح و المشاركة لذلك يكون موضوع حركات التحرير النسائية رغم كل شيء ضمن حركات تحرير المجتمع وليس خارجها. إن التحرر لا ينمو فجأة ولا يهبط على الإنسان كالوحي، بل يتكون من خلال ممارسة العمل العقلي الذي تكون فيه قوة داخل المجتمع لا بمعزل عنه⁴².

التعريف الإجرائي لتحرير المرأة

هو الإحساس بالمطالبة بحرية أكبر من خلال القضاء على الشكل التقليدي الذي يتضمن التعامل مع المرأة على أنها موضوع لا ذات .

تكافؤ الفرص ،التعريف الاجرائي

يقصد به من الناحية الإجرائية ، انطلاقاً من نظرية الجندر أن الجنسين لهما نفس الحظوظ و الفرص. و بغض النظر عن جنس الفرد ذكر أو أنثى، فهو كائن بشري مستقل بالفكر و الشخصية و هذه الاستقلالية تنمو و تتحرك في الزمن و المكان على أساس تكافؤ الفرص في الحراك الاجتماعي و الفرص المتاحة في الحياة.

⁴¹ حلیم بركات، المرأة ودورها في حركة الوحدة العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1982 ص 66.

⁴² نفس المصدر، ص 67.

الدراسات السابقة:

حتى وان كانت دراسة الوضعية (الحالة) تقتصر على التلفزيون الجزائري ,فإن التفكير النظري يعتمد أساسا على أعمال أنجزت في الغرب وأوروبا والولايات المتحدة الأمريكية و اليابان وفي البلدان العربية . بالنسبة للجزائر يمكن القول إن قلة وتواضع الأعمال المنجزة في هذا الحقل إضافة إلى عدم توفر المراجع المحلية يجعلنا نركز على تجارب الآخرين فمن خلال بحثنا وبما اننا نقترح دراسة ردود فعل فئة معينة من الجمهور ،محددة سوسيوجغرافيا سوف نعتمد على :

1 - :دراسة بيار بورديو الاخيرة حول التلفزة و تأثيرها على المشاهدين .

ينطلق بورديو من فكرة أن التلفزيون يشكل راهناً أداة للقمع الرمزي (نظراً للمستوى الثقافي أو المعرفي المتدني للمشاهدين الذين يميلون إلى تصديق ما يعرض عليهم بصفة عامة).

و يضيف بورديو : بأن التلفزيون يساهم بشكل مباشر أو غير مباشر في تربيتنا لاولادنا واعدادهم للمستقبل القادم وفي هذا الشأن يشير الى سلسلة من من الاليات التي تثبت أن التلفزيون يمارس نوعاً من "العنف الرمزي"⁴³ المفسد والمؤذي .

وأبرز مظاهر هذا العنف أن التلفزيون يملأ أوقات الناس بالأشياء غير الهامة و غير الضرورية وهو يستهلك زمنهم في قول أشياء تافهة تخفي في الحقيقة بالقدر نفسه الأشياء الثمينة , وبهذا المعني فان التلفزيون يسهم في تدمير الوعي حينما ينشر وعياً زائفاً أو يحجب المعلومات عبر لعبة اسمها "لعبة المنع بواسطة العرض.

اذ تبدو الأشياء أقل وضوحاً في التلفزيون أثناء عرضها وهنا وجه من وجوه التناقض : أشياء يتم اخفاؤها عن طريق عرضها أو "بواسطة عرض شئ آخر غير ذلك الذي يجب

⁴³ - درويش الحلوج قراءة في التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول ل بيار بورديو : الموقع www.univ-fisdis.com

في 02 / 07 / 2009

عرضه “ والطريف هنا أن الصورة التي يقدمها التلفزيون ويقوم بتضخيمها ويمنحها صفات درامية وتراجيدية , وانما يفعل ذلك باستخدام كلمات كبيرة فالكلمات المعتادة لا تثير دهشة أحد وبهذا تهيمن الكلمات علي الصورة فالصورة لاتعني شيئاً دون التفسير للذي يجب أن تتم قرائته .

وهو ليس ملائماً للتعبير عن الفكر أو الرأي؛ إذ يمنح أهمية للتفكير السريع وللغذاء الثقافي السريع المقترن بأفكار مسبقة. وحول هذا الموضوع يقدم بورديو أفكاراً للتحديد وللتحقق منها، بوصفها أموراً معقدة جداً لا يمكن معرفتها إلا من خلال عمل أمبيريقى مهم، مبني على ملاحظات من الواقع .

كما تطرق بورديو في معالجته للموضوع الى تحليل بنية و آليات أحد منتجات التكنولوجيا الحديثة ،التي تعرف بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، و علاقة الإيديولوجيا بهذه التكنولوجيا. إذ جازا اعتبار أن العلم محايدٌ، فإن استخدامات العلم وتطبيقاته ليست محايدة. فيما يتعلق بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات فإن التوظيف والمضمون الإيديولوجي لهذه التكنولوجيا يجد أوضح مثال له في الدور الخطير الذي يلعبه التلفزيون على التأثير المباشر على المشاهدين، تأثيرا يمتد إلى مجالات الإنتاج الثقافي الأخرى وهو ما ينبّه إلى خطورته بشكل خاص. لقد كثر الحديث عن نهاية الايديولوجيات ونهاية التاريخ، كما تم الترويج لنظرية صموئيل هنتنجتون المعروفة - بصدام الحضارات⁴⁴ - الخ. ولكن الشيء المثير للدهشة والتعجب أن هذه المقولات التي روّج لها كثيراً في أوساط المثقفين ووسائل الإعلام خصوصاً بعد انهيار سور برلين والتحويلات السريعة والعنيفة التي شهدتها دول شرق أوروبا، مروراً بحرب الخليج الأولى ثم أحداث الحادي عشر من سبتمبر وما تلاها من حرب واحتلال لأفغانستان والعراق، هي في حد ذاتها تعبير عن أيديولوجيا تدّعي السيادة والانتصار على الأيديولوجيات الأخرى!. أيديولوجيا تعبّر عن نزعات عنصرية وفاشية جديدة تمثل تهديداً حقيقياً للإنجازات الرائعة التي حققها الفكر الإنساني عبر مسيرته الطويلة.

⁴⁴ - Pierre Bourdieu : sur la télévision suivi de L'emprise du journalisme ; edition raison d'agir paris 1996 p 11

مما لا شك فيه أن المواجهات الأيديولوجية التي كانت سائدة طوال فترة الحرب الباردة قد انتهت بصورتها القديمة، أي المواجهة وجهاً لوجه وسيادة الخطاب الأيديولوجي المباشر. لكن التحول الجديد الذي طرأ خلال السنوات العشر الأخيرة من القرن المنصرم وحتى الآن هو انفراد ما يمكن أن نسميه بالأيديولوجيا الناعمة⁴⁵ بموقع الصدارة في وسائل الإعلام المختلفة. الأيديولوجيا الناعمة تتمثل في تلك الجرعات اليومية بل اللحظية التي تبثها وسائل الاعلام الحديثة وكذلك الوسائط المتعددة - Multimedia - وانتشار شبكة الانترنت على المستوى العالمي ، هذه الجرعات تتغلغل وتنساب إلى عقول المشاهدين والقراء والمستمعين ومستخدمي الوسائط المتعددة والانترنت⁴⁶ الخ. بما يعرف ب soft ideology .

إن وسائل الاذاعة و التلفزيون في الأنظمة الغير ديموقراطية تصنف ضمن إطار الأجهزة المحافظة التي تسعى إلى توفير هيمنة السلطة على الجمهور الواسع من خلال تمرير ثقافة هجنة⁴⁷ تسعى إلى تكريس ما هو قائم وتشكيل وعي يومي ساذج لدى المتلقي وهذا هو صميم موضوع بورديو في كتاباته التي تنصب حول نقد البنية الوظيفية التقليدية في التلفزيون و التي يتم إخراجها بتخطيط من خبراء الداخلية و الإعلام من داخل الكواليس و تمارس يومياً تحت عنوان إستراتيجية الإعلام في العهد الجديد⁴⁸ .

و يأمل بورديو في أن يتحول التلفزيون إلى أداة للديموقراطية المباشرة لو تم رفع المستوى العلمي للمشاهدين وتقوية استقلالية التلفزيون عبر إدراك العوامل التي تعمل على ضرب تلك الاستقلالية. و العوامل غير المرئية التي تُمارس الرقابة من خلالها ، تجعل من التلفزيون أداة عظيمة لتثبيت النظام الرمزي (تواطؤ المتلقين والذين يمارسونه). وهكذا يغدو التلفزيون أداة لخلق الحقيقة وألية للتحكيم الاجتماعي والسياسي.

45 - نفس المرجع لبيار بورديو ص 29

46 - درويش الحلوج مصدر سابق

47 بيار بورديو نفس المرجع ص 29

43 - نفس المرجع ص 33

2 - دراسة (عبد الرحمان عبد الوهاب و حسن حامد الحداد)⁴⁹ حول : تحليل مضمون برامج المرأة في الإذاعة والتلفزيون اليمني :

كرست هذه الدراسة اشكالياتها حول مدى تأثير البرامج الاذاعية والتلفزيونية على قطاع المرأة ومدى اتباع التفاعل بين أطراف المرسل والمستقبل في سياق العملية الاتصالية من خلال . تحليل عينات لبعض البرامج التي تخص المرأة اليمنية وقضاياها.

و يعد تحليل المضمون أداة هامة من أدوات البحث العلمي وانتشر استخدامها في البحوث الإعلامية بهدف الكشف عن مضمون أجهزة الإعلام وما تبثه من قيم، أفكار وسلوك. وهي طريقة تستخدم في تحليل المادة التي تستخدمها وسائل الإعلام المختلفة ووسيلة لجمع بيانات كمية وموضوعية عن محتوى هذه الوسائل، كما تساعد في التعبير عن الظواهر تعبيراً كمياً أو تناوياً إحصائياً أو بواسطة الحاسبات الالكترونية ، و تقتضي عملية تحليل مضمون عدد من البرامج ،إلى الإجراءات اللازمة من أهمها:

-اختيار عينة من البرامج وعينة أيضا من مقرراتها العامة بحيث تكون ممثلة للبرامج المطلوب دراستها.

-إلى جانب ضرورة تحديد المجال الزمني والملابسات القائمة في تلك الفترة لتحديد نوعية المضمون وتحديد انتماءه إلى المضامين المعنوية وإلى المضامين التعبوية ولكل من هذه دلالاته ومعانيه الواضحة وذلك حتى يتمكن الباحث وبصورة واضحة في تحديد الآثار الناجمة عن الاتصال عبر البرامج وأهدافها في تكوين الاتجاهات المختلفة.

-ولقد تم اختيار عينات من برامج المرأة والأسرة في كل من البرنامج الثاني إذاعة عدن (مع الأسرة ، مجلة الأسرة).

⁴⁹ - عبد الرحمان عبد الوهاب و حسن حامد الحداد دراسة حول : تحليل مضمون برامج المرأة في الإذاعة

والتلفزيون اليمني جامعة عدن 2000 / 2001

-وفي القناة الثانية تلفزيون عدن ، البرامج : (دنيا الأسرة ، الغذاء قبل الدواء ،) وهي برامج أسبوعية زمنها الإذاعي 30 دقيقة وزمنها التلفزيوني 45- 50 دقيقة.

ونتبين من خلال تحليل مضمون البرامج وبعض فقراتها التلفازية بأنها احتوت على:

1 - إرشادات التوعية للتغذية السليمة وللأمومة والطفولة أثناء الحمل والولادة وغطت الجزء الأكبر من مساحة زمن عينات البرامج بنسبة 37% فضلا عن رفع الوعي الصحي والوقائي والتفاعل مع الحملات الوطنية الإرشادية بنسبة 36. %

2 - وفيما يتعلق بقضايا ومشكلات التعليم وتشجيع الفتيات على التعليم وابرز مخاطر الأمية أظهرت في محتويات البرامج وفقراتها المختلفة بسبة 17. %

3 - وان ما يتعلق بالمشكلات الاجتماعية ، المشكلات الأسرية ، المشكلات التربوية ، ومشكلة الاندماج ، والتكيف ، والاقتصاد المنزلي وقضايا الفوارق بين الذكور والإناث والتمييز في معاملة المرأة أو الفتاة ، وسلطة القرار في الأسرة وقضايا المرأة العاملة... الخ استأثرت بنسبة 5.8% والتعريف بدور ومكانة المرأة اليمنية في العملية التنموية المستدامة بنسبة 4.2. %

يتضح من النسب والإحصائيات المتحصل عليها أن المساحة الزمنية للفقرة ثلاثة تشكل الحلقة الضعيفة في برامج المرأة - من حيث الزمن وعدم التنوع والجرأة في تناول المشكلات الاجتماعية التي تتعلق بقضايا المرأة اليمنية وتعليمها ودورها ومشاركتها في المجتمع.

ويتضح لنا من خلال تحليل مضمون البرامج وبعض فقراتها الإذاعية بأنها احتوت على:

1 - التوعية والإرشادات الصحية والغذائية المتنوعة احتلت المرتبة الاولى من حيث (الأولوية) في محتوى البرامج بنسبة 45.5%.

2 - بينما أخذت مسألة تنمية الوعظ والإرشادات الدينية والتي استهدفت تعميق قيم الإسلام والفضائل الدينية في المعاملات والسلوك مؤشرا واضحا فقد بلغت نسبتها. %20.5

3 - أما دور الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية أخذت نسبة 19% وقضايا ومشكلات اجتماعية بنسبة 7.4 % وترشيد الإنفاق الأسري واستخدام المياه والكهرباء وغير ذلك بنسبة 7,6 % .

تشير النتائج المتحصل عليها الى ان البرامج الإذاعية الموجهة للمرأة وقضاياها انتشابه تقريبا مع البرامج التلفزيونية هو تشترك في عدم إعطاء المشكلات الاجتماعية المختلفة حيزا واسعا، لفئات وشرائح المجتمع للتداول والتباحث واستدعاء الاختصاصيين للدراسة والبحث عن الحلول والمعالجات المناسبة حتى لا تتراكم وتتحوّل نتائجها السلبية الى معوقات في طريق التنمية والتطور والازدهار.

وخلصت الدراسة الى ان البرامج الإذاعية والتلفزيونية حيث تركزت الرسالة الإعلامية في مضامينها تجاه قضايا المرأة في مجالات عدة منها التعليم والتنقيف والتوعية ، وأهمية ممارسة حقوقها التي منحها إياها الشريعة ويكفلها الدستور والقوانين النافذة⁵⁰.

و في مقدمتها حقوق المرأة في التعليم والعمل والثقافة والإبداع وحرية التعبير وأهمية بما يتفق مع المواثيق والاتفاقيات الدولية التي تحمي حقوق المرأة الإنسانية.

والمشاركة في بناء المجتمع وتشجيعها على ممارسة حقوقها في الحياة السياسية دون تمييز، أيضا الاهتمام برعاية الطفولة والأمومة.

كما حاولت بعض البرامج بقدر الإمكان الإسهام في تغيير بعض المفاهيم والمواقف والتصرفات الخاطئة والمشوهة بحق المرأة والتي تهدف إلى التقليل من مكانتها وقدراتها .

⁵⁰ - عبد الرحمن عبد الوهاب و حسن حامد الحداد ، مرجع سابق

والعمل على تصحيح هذه المفاهيم وتثوير المجتمع وتكريس الاهتمامات التي تحمي المرأة من الإيذاء الجسدي والنفسي.

3 - دراسة ناجية مزيان⁵¹: (جمهور الفضائيات العربية) تمحورت اشكالية الدراسة حول تعامل المرأة غير العاملة في الجزائر مع برامج الفضائيات العربية وماهي انماط الرغبات المشبعة من خلال المشاهدة ؟

و انبنت الاشكالية على مجموعة من التساولات اهمها :

- ماهي عادات و انماط مشاهدة البمراة غير العاملة في الجزائر لبرامج القنوات و الفضائيات العربية ؟

- ماهي الرغبات المشبعة من خلال تعرض المرأة لبرامج القنوات و الفضائيات العربية ؟

- هل لمتغيرات الفئة العمرية ،المستوى التعليمي و الحالة الاجتماعية علاقة بانتقاء القنوات و البرامج التلفزيونية المفضلة لدى المبحوثات ؟

وتوصلت الباحثة من خلال هذه الدراسة الى ان جميع النساء المبحوثات يشاهدن الفضائيات العربية و انهن يتعرضن لها بصورة دائمة بلغت اعلى نسبة 49,6 % ،كما توصلت الدراسة الى ان البرامج الدينية و الدراما العربية احتلت المرتبة الاولى مقابل بقية البرامج الاخرى

⁵¹ - ناجية مزيان : جمهور الفضائيات العربية ، (مذكرة ماجستير) قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة الجزائر

4 - دراسة سميرة بلغيثية⁵² حول : الدراما التلفزيونية و جمهور النساء الماكثات في البيت :

من منطلق ان الاعمال الدرامية تحتل مساحة كبيرة في التلفزيون ضمن الشبكة البرمجية ، لما تقدمه من قصص مشوقة واحداث جذابة .وجدت في المرأة الجزائرية الماكثة في البيت مشاهدا وفيها لهذا النوع من الاعمال التلفزيونية فتحرص على متابعتها خصوصا في ضل الانتشار الواسع للفتوات المتخصصة في الدراما فضلا عن التأثير الذي يحدثه هذا النوع من الاعمال التلفزيونية فقد ركزت الدراسة على كيفية التفاعل مع محتوياتها ودراسة انماط وعادات المشاهدة لدى افراد العينة وعليه تناولت اشكالية الدراسة :كيفية تفاعل جمهور النساء الماكثات في البيت مع الدراما التلفزيونية العربية من خلال طرح التساؤلات التالية :

1- ماهي عادات وانماط مشاهدة الدراما التلفزيونية العربية من طرف النساء الماكثات في البيت ؟

2 - ماهي دوافع النساء الماكثات في البيت لمشاهدة الدراما العربية؟

3 - ماهي الرغبات المشبعة من مشاهدة النساء الماكثات في البيت للدراما العربية ؟

4 - هل لمتغيرات السن و المستوى التعليمي و الحالة العائلية علاقة بالتعرض للدراما التلفزيونية العربية لدى المبحوثات ؟

و تم اجراء البحث على عينة من النساء الماكثات في البيت ببعض مناطق ولاية مستغانم وشملت الدراسة 160 امرأة حدد سن مفرداتها من 16 سنة فما فوق ومن

⁵² - سميرة بلغيثية : الدراما التلفزيونية وجمهور النساء الماكثات في البيت (مذكرة ماجستير) قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر 2010

خلال البحث في استعمالات و اشباعات النساء الماكثات في البيت من خلال التعرض للدراما العربية افادت الباحثة بالنتائج التالية :

- غالبية النساء الماكثات في البيت يشاهدن الدراما التلفزيونية العربية بنسبة 94,66 % بحيث يخصصن لها حجم زمني يتراوح ما بين ساعة الى ساعتين بمدل 76,05 % بحيث تكون المشاهدة بطريقة انتقائية من طرف المبحوثات وهذا ما يميز مبدا مقرب الاستعمالات و الاشباعات .

42,95 % من المبحوثات من الفئة العمرية 16 الى 25 سنة يتعرضن للدراما التلفزيونية العربية في الفترة المسائية واغلبهن عازبات بنسبة 42,66 % و 58,45 % من افراد العينة يشاهدن الدراما مع بعض افراد العينة خاصة على القنوات العربية MBC بنسبة 34,24 %

كما توصلت الدراسة الى ان 82,39 % من النساء الماكثات في البيت يفضلن الدراما العربية وان 78,87 % يناقشن مواضيع الدراما مع اخريات وتثير الدراما اهتمامتهن بالجوانب الاجتماعية و العاطفية كما تفيد الدراسة بان التركيز اثناء المشاهدة بالنسبة لافراد العهينة يقل كلما ارتفعت نسبة السن والعكس صحيح واوضحت الباحثة ان 54,28 % من المبحوثات الاواني يركزن بالهن اثناء المشاهدة تتراوح اعمارهن ما بين 16 الى 25 سنة وتقل تدريجيا عند باقي الفئات العمرية لتصل الى 17,64 % عند المبحوثات من الفئة العمرية من 36 45 سنة ومن النتائج التي اشارت اليها الدراسة ايضا ان اغلب المبحوثات على اختلاف مستواهن التعليمي يشاهدن الدراما العربية من اجل الحصول على فوائد معينة كالتعرف على انماط معيشية اكثر تطورا بالنسبة لذوات المستوى الجامعي و تغيير بعض السلوكيات السلبية عند المبحوثات الاواني يعانين من الامية .اي لا يعرفن القراءة و الكتابة

وكشفت الدراسة عن ان معظم المبحوثات كسفن عن وجود تشابه في المشاكل التي تعالجها مواضيع الدراما و المشاكل التي تواجه المرأة الماكثة في البيت في حياتها اليومية بنسبة 54,92 % خاصة فيما تعلق بالعلاقات بين المرأة و الرجل و الخيانة الزوجية و الحسد و المشاكل الاجتماعية الخ

كما عبرت معظم المبحوثات عن شعورهن بالراحة و الرضا⁵³ بعد مشاهدة الدراما العربية بنسبة 29,12 % بينما تعتبر نسبة 25,24 % من المبحوثات ان الدراما العربية

⁵³ سميرة بلغيثية مرجع سبق ذكره

منفذ للهروب من المشاكل و نسيانها . وتجلب الدراما العربية التي تعالج المشاكل العاطفية اهتمام المراهقات بنسبة 15,33 % و اللواتي يتراوح اعمارهن ما بين 16 الى 25 سنة و بناء على ما تقدم تخلص الباحثة الى ان النساء الماكثات في البيت يتعرضن للدراما العربية بطريقة انتقائية من اجل اشباع رغبات مختلفة حسب حاجاتهن ودوافعهن التي تختلف من مرحلة عمرية الى اخرى . و تشير الدراسة من خلال النتائج التي توصلت اليها: أن النساء الماكثات في البيت يولين اهتمام بالغ لمتابعة الدراما التلفزيونية وهذا لإشباع رغباتهن في ضل عدم توفر وسائل الترفيه والتنقيف الأخرى .

الفصل الثاني

التلفزيون من المنظور الاجتماعي

تمهيد

1 - دراسة الؤقع (التأثير) - مقارنة سوسولوجية -

2 - تأثيرات التلفزيون واثاره على :

1 - السينما 2 - الصحافة المكتوبة

3- الشاشات الاخرى

4 - الراديو

5 - الجوار

6 - المقهى ، الحمام و الزيارات العائلية

7 - الرياضة و التنزه

3- نظريات التأثير

ا - نظرية الفروق الفردية ، ب- نظرية الفروق الاجتماعية ، ج نظرية العلاقات الاجتماعية

4- نماذج التأثير

أ - التنشئة الاجتماعية ، ب - العنف ، - الإثارة الجنسية

5- التلفزيون ، الوسيلة ، التطور، البرامج

6 - دور التلفزيون السوسيوثقوي

تمهيد

تخلق الشاشة لدى الفرد جوا من الحياة الاجتماعية (الألفة) كما تظهر في نفس الوقت أمامه إشارة اجتماعية⁵⁴ فسوسيولوجيا التلفزة هي دراسة التفاعلات التي تحصل بين مكونات المجتمع وتركيبته وبين أنواع البرامج التي تبثها . وهي أيضا معرفة الكيفية إلى يؤثر بها برنامج ما على شريحة اجتماعية معينة وعلى علاقاتها وكذا على علاقاتها فيما بينها داخل المجتمع المدروس.⁵⁵

فالفرد ضمن صفه الاجتماعي يؤخذ على انه متلقي وناقل للبرامج أي ما يجعله هدف ووسيلة توجيه للبرمجة , بحيث أن هذا التفاعل كفيل بترجمة سوسيولوجيا الاتصال المرئي إذا تعلق الأمر فعلا ببث من مرسل إلى مستقبل فان الحصص التلفزيونية تصمم في سياق معين ومعروف لدى المنتجين ,ذلك انه يكشف عن الكثير من العلاقات التضمينية الاجتماعية لهذا الأخير .

دراسة التأثيرات (الوقع) - مقارنة سوسيولوجية :

يشير هذا النوع من الدراسات من جهة إلى تعقيد سياق إنتاج رسالة البث وكذا إلى إشعاع هذه الرسالة داخل وسط المتلقين من جهة أخرى . هناك ثلاثة عناصر مترابطة فيما بينها تشكل المنهجية الحديثة المتداولة حاليا.

أولها عند الأمريكيين , وتتصور التحليل من زاوية الفعل ويحدد بذلك تعقيد التأثير وأجال وقوعه .

⁵⁴ - حسب ج غازانوف في : سوسيولوجيا التلفزة سلسلة ماذا اعرف ؟ PUF الطبعة السابعة باريس 1996 ص 126

⁵⁵ - حسب ج فريدمان في : سوسيولوجيا الاتصال مركز الدراسات و الابحاث و الاتصالات رقم 5 (ص3) ورقم 34 (ص 260) باريس 1989 و 1997.

البعد الثاني : وهو الأكثر تداولاً في فرنسا ويحاول تفسير كثافة البرامج من حيث إشعاعها على المدى الطويل وهي دراسة التطور.

البعد الثالث : في شكل حوصلة اعتمده أساساً السوسولوجي البلجيكي روجي غلوس⁵⁶ ويتمثل في التطرق إلى العلاقات التضمينية وتأثيرها على الوظائف الاجتماعية⁵⁷ التربوية والثقافية حسب الظروف الزمنية ومستويات الطبقات الاجتماعية ومن ثمة التمييز على التوالي بين سوسولوجيا الأحداث في حالة أدنى تعقيد اجتماعي وإشعاع فوري، السوسولوجيا الظرفية لمجمل وضيفة واحدة ولمدة أطول . أخيراً السوسولوجيا البنوية التي تختص بمجموع الوظائف والإشعاعات الطويلة المدى، إذ تتمثل سوسولوجيا التلفزة في دراسة حركاتها أو تطورها من جهة الوظائف السوسيوثقافية : التسلية ، والمعارف في الميادين السياسية و التربوية ..الخ

بالنسبة للتجربة الجزائرية، فهي ليست بمنأى عن التأثيرات الاجتماعية وتفاعلها غير أن حقل الإنتاج يفلت في الغالب من العوامل والمعايير التي تحدد السياق المحلي⁵⁸ فمن هذا المنظور تعتبر الجزائر مستهلكاً أكثر منها منتجاً لتلفزيونيا إن بث رسالة ما يستهدف مجموعة من الأشخاص وقد يدرك ويقيم بأشكال مختلفة مجموعة الأشخاص هذه التي تحدد حسب إدراك المرسل والمنتج .على أنها لا تدرك الرسالة إلا بشكل جزئي حيث أن مفعولها لا يحدد إلا ظرفياً بشكل (قصري). فتقنية الجدول هذه تتمثل في تحديد مجموعات أشخاص تصدر أحكام حول نوع معين من الحصص .

فمساوئ هذه الطريقة تكمن في اقتصار التحقيق سوى على الأشخاص المستعدين للتعاون على المدى الطويل والذين قد تتغير تصرفاتهم عبر الزمن وعبر الشعور بتكليفهم بمهمة.

⁵⁶ - روجي غلوس : افكار حول المخطط المزدوج (تكنولوجيات البث والاتصال) مجلة CERT رقم 3 باريس (ص

(9

⁵⁷ - ج غازانوف مرجع سابق

⁵⁸ - الاسباب تكمن في التحكم في التكنولوجيا، سيما في النشاط السوسيو اقتصادي.

وهو ما قد يؤدي إلى السلوكيات الباهتة المتكررة وإلى التعاضم أو التفاخر⁵⁹. كما أن مفعول (الكيد المرتد) كثير الوقوع أيضا خاصة فيما يتعلق بالأخبار والمعلومات والإدراك التربوي والثقافي⁶⁰، فبث إي حصة تلفزيونية تهدف إلى نشر الموسيقى الكلاسيكية بين الأوساط الشعبية مثلا، قد يؤدي إلى الإحباط بحكم وجوب تعلم الصولفاج وتطور هذه المادة كما إن تبسيط الأعمال الفنية الكبرى قد ينزع عنها كل شهرة وسحر. وعلى الدراسة السوسيولوجية أيضا الأخذ في الحسبان الاستعدادات الأولية للجمهور فهناك الاستعدادات المتولدة عن الوسط العائلي أو عن الاحتكاك بالآخرين هي التي تكون الحاسمة.

فالتأثيرات التي تحدثها التلفزة تتلاءم دوما وبشدة مع الفكرة التي يصنعها الوسط الاجتماعي عن نفسه⁶¹ خاصة الفئات العمرية، المجموعات العرقية والمهنية وسلوكياتها المتكررة⁶².

من المهم جدا القيام بتصنيف حسب معايير خاصة تتعلق أساسا بالظاهرة المدروسة مثل الحضور المنتظم للجمهور أو درجة انجذابه للحصص. لكن صعوبة تحديد هذه المعايير⁶³ تدعو للاجتماعي والمهني و البتي تتصل بدورها بعوامل أخرى حيث ان للجنس او المستوى التعليمي ،الصف الاجتماعي و المهني و البتي تتصل بدورها بعوامل أخرى حيث ان للجنس او المستوى التعليمي علاقات لصيقة بدرجة المواضبة و الانجذاب للحصص التلفزيونية .

⁵⁹ - ج ،غازنوف مرجع سابق ص 24

⁶⁰ - Henri Bourjois : *La télévision nous fait-elle la morale ? Médias et éthique du public*, Centurion, paris 1993

⁶¹ - حسب استنتاجات ج و م ريلاي حول دراسات هامة اجريت بالولايات المتحدة الامريكية في :التلفزة ، عالمية علم الاجتماع ،سولفاي رقم 185 ،بروكسل 1991 ص (143)

⁶² - برنار بلين في دراسات و ابحاث سوسيولوجية حول التلفزة سولفاي رقم 185 بروكسل 1991 ص 72

⁶³ - برنار بلين و ج ،مالتزكي تم ذكرهم في التلفزة : دفتر الدراسات و البحوث السوسيولوجية لمعهد سولفاي رقم 185 بروكسل 1991 ص 89 .

عوامل الهيكلية او معايير التصنيف :

1 - الجنس :

سواء تعلق الامر بالبلدان الغربية⁶⁴ او ببلادنا فإن الدراسات تثبت عموما ان الرجال يخصصون اقل وقت لمشاهدة التلفزيون من النساء ،غير ان هذه النسب يمكن ان تتغير التوقيت و اقسام النهار ونوع الحصوص ،اعتبارا ان الاذواق و اوقات الفراغ تختلف بشكل محسوس⁶⁵ فإن الرجال اكثر حضورا ومواضبة في المساء وفي نهاية الاسبوع وهم يفضلون الاخبار السياسية و الحصوص الرياضية هذه الاخيرة يتابعها بانتظام 73 % من الرجال و 29 % فقط من النساء اللأى يملكن جهاز التلفزيون وامكانية المشاهدة حيث ان النساء تتمتعن بوقت اكبر و يفضلن الحصوص الدرامية وذات المنفعة العملية⁶⁶:الطبخ، الطب ..الخ

ان معطيات تحقيقنا وان اقتصرنا على الجمهور المدروس فقط تبين ان النساء يفضلن الاعمال الدرامية و البرامج التي تهتم بالمرأة كالصحة و الجمال و الطبخ وشؤون الاسرة والتدابير المنزلية و الديكور .

كما يلاحظ كذلك بالنسبة لصغار السن ان التلفزة تحدث اكثر انطبعا على البنات منه على الاولاد⁶⁷

السن:

يبدو ان التلفزة تحدث جاذبية عكسية التناسب مع السن⁶⁸ ،ابتداءا من سن المراهقة تنقص درجة المواضبة على الشاشة بسبب تفضيل الترفيه خارج اطار الاسرة ،لنشئت مجددا عند سن التقاعد دون ان تظاهي مواضبة الاطفال .اما عن الاهتمام بالتلفزة فيضهر جليا حسب طبيعة بعض البرامج الكبرى .

الحصوص العلمية ،الادبية ، الاعلامية ، و السياسية العامة لها الافضالية لدى اغلبية حشود الكبار .اما الحصوص البوليسية ،حصوص الالغاز ،علم الخيال و الافتراضية فهي تحظى بافضلية الشباب و الكهول نسبيا .

⁶⁴ - ج كازنوف في ذكره ل صبر الاراء الذي اجري في الولايات المتحدة الأمريكية و فرنسا و بريطانيا مرجع سابق ص73 .

⁶⁵ - حسب لازرسفيلد في : اختيارات الاشخاص . جامعة كولومبيا للصحافة 1994 الطبعة الثالثة (ص 64)

⁶⁶ - بوغارت حسب صبر الاراء الذي اجري في الولايات المتحدة الأمريكية و فرنسا CERT رقم 34 (ص 74)

⁶⁷ - حسب تحقيقات ه.هايملويت حول التلفزة و الطفل في بريطانيا ،جامعة اوكسفورد للصحافة 1998 (ص 113)

⁶⁸ - ذكر من طرف بلين : الدراسة الاخيرة للمعهد الفرنسي للرأي مرجع سابق (ص 94 و 95)

الانجذاب نحو الحصص الاخبارية، التربوية و الثقافية يتزايد عبر السنين بداية من سن المراهقة و قبل سن التقاعد⁶⁹ ما عدا بعض المتغيرات ، يمكن ملاحظة نفس النزعة في العالم العربي وفي الجزائر ايضا .

مستوى التكوين :

هذا الجانب مهم جدا ولا ريب فيه و ان اعترضتنا بعض الاستثناءات فإن الاحصائيات تثبت ما هو بديهي : تصميم البرامج عموما على مستوى الجمهور العريض (الحشود) ، فيما يعارض المثقف ذو المستوى العالي ان يختلط بالآخرين وعلى هذا الاساس بإستثناء الحصص الخاصة او المختارة فإن الانجذاب نحو التلفزة يتناسب عكسيا مع المستوى التكويني العالي.⁷⁰

فمن خلال عمل التحقيقات يمكن استخلاص ثلاث مستويات متباينة ومحددة : الابتدائي (يمثل قواعد المدرسة الابتدائية) الإجمالي (الإكمالية + الثانوية) المستوى العالي ويمثل (الجامعي و المدارس العليا).

التحقيق الذي قدمه بوغارت⁷¹ حول المراحل العشرية في الولايات المتحدة منذ عام 1949 يبين ان الفئات ذات المستوى الثانوي تملك تلفزيونات اكثر من الفئات ذات المستوى الابتدائي و استخلص في تحقيقه ان هذا يفند الاستنتاج السابق المتعلق بالعامل الاقتصادي الذي له اثر كبير في المقارنة مع مستوى التكوين .

وعلى اية حال يشير عدد من علماء الاجتماع من بينهم : سوان سون ، جونسون ريلاي ، مايير و سون... الخ⁷² الى تردد المفكرين و المثقفين على مشاهدة التلفزيون ، فمؤشرات التحقيقات المجراة في كل من بريطانيا ، بلجيكا ، اسبانيا ، او بولونيا تثبت هذا السلوك وهذه المواقف الخاصة بالمثقفين فيما يتعلق بالاهتمام بمتغير (شراء اول جهاز تلفزيوني) او ربما بالعدد الاجمالي للساعات المقضاه في مشاهدة التلفزيون او على درجة التناسب مع درجة تاهيل الحصص الخاصة و مميزاتها ويؤكد شتاينر⁷³ في استنتاجه انه رغم تطابق رغبة المفكرين في مشاهدة بعض الحصص ذات الصدى و الاصغائية الواسعة (كرة القدم ، الملاكمة ، الافلام البوليسية او المسلسلات) فإنهم يشعرون بالإحساس بالخطأ .

⁶⁹ - حسب بوغارت ،دراسات اجريت في : OCDE مرجع سابق رقم 34 (ص 75)

⁷⁰ - G . A .Steiner « the people look at television » .KNOPF . N Y . / London 1993(p37)et J.Cazneuve : « Les élites contre la télévision » ;contributions a la sociologie de la connaissance .paris Anthrops 1097 (pp 71 ;86)

⁷¹ - ذكر من طرف ج كازنوف في : إسهامات في سوسولوجيا المعرفة ،مرجع سابق (ص 102)

⁷² - مرجع سابق ل ج . كازنوف في : النجبة ضد التلفزة (ص 79)

⁷³ - ج . كازنوف : مرجع سابق (ص 87 و 88) .

فما هو الحال بالنسبة للجزائر ؟ حسب التحقيق الذي اجريناه تفيد النتائج ان 7.5 % من عينة البحث التي لديها المستوى الجامعي وهي نفس النسبة التي لاحظنا ميولها للبرامج العلمية والوثائقية وهي برامج تهتم عادة بالطب , واسرار الطبيعة .فضلا عن الحصص الاعلامية والسياسية .

الصف الاقتصادي والسوسيو مهني

على غرار المستوى التعليمي ورغم ان امتلاك التلفزة مقتصر الى حد ما على الأسر الميسورة ماديا فإن هذه الأخيرة هي التي تخصص لها اقل وقت ممكن .

فمعطيات منظمة اليونسكو بالنسبة للبلدان المصنعة تؤكد أن مواظبة المشاهدين عكسية التناسب مع أهمية مستواهم الاقتصادي والسوسيوثقافي⁷⁴ تحديدا بالنسبة للمهرجانات الكبرى و الأفلام , يؤكد شتاينر هذه العلاقة العكسية من حيث إمكانية هذه الطبقات الميسورة من الاستفادة من وسائل ترفيهية أخرى , إضافة إلى أفكارها المسبقة عن التلفزة , و مساسها بالأخلاقيات , فإن جاذبية الشاشة الصغيرة لكونها من العموميات ينصح بتجنبها قدر المستطاع خاصة أثناء الأوقات الكبرى المخصصة للترفيه .

إلا انه وبعد انتشار القيم الجمالية و الثقافة بين الجميع , كما هو الحال بالنسبة لتعميم تحسين الظروف الاقتصادية و المعيشية في البلدان الغربية تقلصت شدة الفوارق و الاختلافات . ففي بلجيكا وفرنسا⁷⁵ مثلا يحدد الوقت المخصص للتلفزة شهريا ب :

55 ساعة للطبقات الميسورة

72 ساعة للطبقات المتوسطة

80 ساعة للأجراء البسطاء

لكن خلال العشر سنوات الماضية الفارق أصبح اكبر ب مرتين. نفس النزعة قد نجدها في البلدان العربية غير أنها لا تمس الجميع . أما في الجزائر حيث إمكانية الترفيه و الترويج محدودة كما هو الشأن لباقي الأمور , تنفرد التلفزة بحصة الأسد لدى جميع طبقات المجتمع خاصة وان المتطلبات السوسيوثقافية للطبقة الميسورة ماديا ليست مقنعة تماما فنظرا لعدم توفر معطيات دقيقة بإمكاننا دون الوقوع في أخطاء كبرى , افتراض انه إذا وجدت فروقات طفيفة فإنها توجد في الغالب بين حشود الذكور ضمن مختلف الطبقات الاجتماعية و المهنية : حيث بإمكانها تعاطي نشاطات ترفيهية تختلف عن تلك التي تنصرف إليها الطبقات المحرومة ولكن الأمر يختلف بالنسبة لشريحة النساء حيث تربطهن علاقة

⁷⁴ - ج.أ شتاينر مرجع سابق (ص 76)

⁷⁵ - - معطيات INSEE مرجع كراريس سولفاي رقم 116 بروكسل 1999 (ص 77) .

وطيدة مع البث مهما كان مستواهن الاجتماعي و الاقتصادي مع أن هناك استثناءات أكيدة حيث يمكن للطبقات الميسورة أن تمتلك أكثر من جهاز تلفزيون وجهاز استقبال وبالتالي تستطيع أن تتفوق في عدد الساعات الممضاة في مشاهدة التلفزيون على الطبقات المحرومة و حسب ما توصلنا إليه في تحقيقنا السوسولوجي⁷⁶ أن نسبة 48 % من عينة البحث لا تشاهد كثير من البرامج التلفزيونية بسبب ظروف السكن ,خصوصا وان العائلة الجزائرية في المتوسط هي عائلة كبيرة العدد إضافة إلى أزمة السكن وضعف القدرة الشرائية حيث لاحظنا في سياق التحقيق الذي أجريناه أن 55 % من العينة المبحوثة لا تستطيع ان تملك اكثر من جهاز تلفزيون واحد (01) فقط لأسباب مادية , وان 27 % من العوائل المبحوثة يتراوح دخلها الشهري من 10000 إلى 15000 دينار جزائري وبالتالي هذا المعيار يصعب تطبيقه في الحالة الجزائرية .

المعايير الديموغرافية و السكنية:

حسب الدراسات المتداولة والتي تنطرق الى البلدان المتقدمة ,فإن علماء الاجتماع يفضلون معيار تركيبة الأسرة ,باعتبار المسكن معيار و مقياسا استطراديا .

في البلدان الغربية المتقدمة بلغ معيار السكن مستوى من الرقي لم يصبح بذلك معيارا أساسيا للتمييز و التحليل ,فلم يعد هناك صعوبة في امتلاك جهاز تلفزيون وعلى هذا الأساس نلاحظ كثافة كبيرة للأجهزة التلفزيونية لدى الأسر المتعددة الأطفال من سن 06 الى سن 12 سنة⁷⁷

و تليها بعد ذلك الأسر التي تشمل أطفال في سن الخامسة وايضا اطفال تتراوح اعمارهم بين 13 سنة و 20 سنة ثم العائلات التي لا يوجد بها اطفال ,كما يحدد ايضا ان العائلات الأكثر انفتاحا على التلفزيون هي التي يتراوح سن الام فيها بين 30 و 45 سنة ولها من 2 الى 3 اطفال في سن السادسة 6 الى سن 12 سنة يخلص السوسولوجي: **ت كوفن**⁷⁸ للقول ان الدافع الرئيسي لذلك هو تسليية هذا العدد الكبير من الأطفال حيث ان باقي وسائل التسليية غالية التكاليف نسبيا .

حالة الجزائر لا يمكنها إلا ان تتميز بهذا الموقف و هذه الصفة , فالأغلبية الساحقة من السكان التي تمتلك أجهزة التلفزيون تتمركز أساسا في المجمعات السكنية الحضرية و

⁷⁶ - انظر عرض وتحليل محتوى الاستمارة (الجانب الميداني للدراسة)

⁷⁷ - حسب جورج بوغارت : نتائج مقارنة لأبحاث على مدى عشرة سنوات للتلفزة في الولايات المتحدة الامريكية و بريطانيا CECMAS لندن 1990 (ص 54).

⁷⁸ - ت كوفان : اثار التلفزة على المجتمع في استجواب لمجلة : عالم النفس الميريكي رقم 739 نيويورك و بوسطن اكتوبر 1995 (ص 130 و 141).

الموصولة بالكهرباء, المساكن في هذه المناطق عادة ما تكون المساكن ضيقة و فوضوية حيث يمكن أن لا تكون التلفزة مؤشر يسر , هذا يمكن ان يشجع الجميع على الالتفاف حول التلفزة . وعليه فإن الطريقة المثلى قد تكون تلك التي تأخذ في الحسبان كل من معيار تشكيلة الأسرة و أهمية الظروف السكنية فمن الناحية الإحصائية يجب الجمع بين المعيارين موقع السكن ونمط العيش باعتبارها شروط سوسيوديموغرافية لدراسة تأثيرات التلفزة : حيث أمكن التحقيق من الكشف عن 80 % من المبحوثات تقطن بمناطق حضرية منها نسبة 55,83 % تعيش في مساكن جماعية أي عمارت يصل عدد طوابقها أحيانا إلى أكثر من ثلاثة عشر طابقا تتسم بالاكتظاظ وتجمع بين العائلات المتوسطة الدخل مع تلك المحدودة الدخل او التي لا تملك دخل محدد و تحمل هذه السكنات صفة السكن الاجتماعي لتكفل الدولة بانجازها في إطار سياسة اجتماعية معينة . وعلى العموم فإن استعمال التلفزة يتطور في التجمعات السكنية الكبرى لاسباب تقنية لكن نسبة تواجدها والمواظبة عليها عادة ما تكون عكسية التناسب مع حجم التجمع السكاني ,ففي فرنسا⁷⁹ باستثناء المدن الكبرى التي تفوق 100000 نسمة حيث تتساوى النسب ,فإن نسب تواجد التلفزة يكون كالآتي :

35 % في البلديات الأقل من 2000 نسمة

23 % في البلديات التي تبلغ من 2000 إلى 20000 نسمة

14 % في المدن التي تبلغ من 20000 إلى 100000 نسمة

يرجع تفسير ذلك تحديدا إلى تعدد باقي نشاطات الترفيه و التسلية و هناك أيضا اختلافات خاصة إذا تعلق الأمر بمنطقة حضرية أو ريفية وان كان نمط المساكن متفرقة أو مجتمعة الإحصائيات المنشورة لا تتطرق إلا قليلا لهذه الوضعية في البلدان الغربية , و قد يرجع ذلك للكثافة الديموغرافية النسبية للجماهير المعنية وكذا تفاوت التوصيل بالكهرباء في المناطق الحضرية و الريفية .

إلا أن في العالم والعربي و خاصة في الجزائر فباستثناء التجمعات الأربعة الكبرى يبقى عدد سكان الأرياف هام حيث يمثلون أكثر من 65 % من مجموع السكان, منذ 1970 سجل توصيل الكهرباء إلى هذه المناطق تقدما محسوسا ,مثلما حدث ذلك بالنسبة للهوائيات الفضائية في السنوات الأخيرة بعد تخطي العوائق التقنية .إذا هل يوجد هناك سلوكا مغايرا لسكان الأرياف يختلف أساسا مع سلوك المدن ؟ ام هل يتعلق الأمر سوى بفوارق ظرفية فقط ؟ علما بان اغلبية سكان الجزائر من اصل ريفي ,كما انها لا تتواني في

⁷⁹ - حسب معطيات INSEE في كراريس سولفاي رقم 216 (ص 89)

نقل نمط العيش الريفي إلى المدن فهو من الصعب المراهنة على وجود اي اختلاف
فالمدينة أصبحت شبيهة أكثر فأكثر بسلسلة من التجمعات السكنية المستريفة و المتباعدة⁸⁰

الدين

تبين الدراسات المجراة عادة في الدول الغربية وجود اختلافات وفروقات حسب الديانة
مهما كانت الطبقة الاجتماعية .

حيث يكشف مثال بالولايات المتحدة الأمريكية⁸¹ أن التلفزة اقل انتشارا بين الاسرائليين
منها لدى الكاثوليك و اقل من ذلك لدى البروتستنت فعلى مستوى الطبقة المتوسطة تقدر
نسبة أجهزة التلفزيون ب 81 % لدى الكاثوليك , 63 % لدى الاسرائليين و 51 % لدى
البروتستنت .

عموما فإن المجموعات الاجتماعية العرقية ذات الأخلاق الليبرالية تستعمل التلفزة بشكل
أوسع من الأصوليين .

في البلدان الإسلامية وحسب نفس المصدر يكون استعمالها بشكل واسع في الاوساط
المتأثرة بالغرب , معتدل ومحدود في الاوساط العامة العادية و محظورة تماما في الاوساط
المتشددة وعلى هذا النحو بالنسبة للتلفزة يمكن التمييز بين ثلاثة اصناف من المواقف :
الوسط المتأثر بالغرب , و هو المتفتح على كل الحصص و البرامج باستثناء تلك التي تولد
فكرة زنى المحارم .

الوسط العام العادي , يمثل الاغلبية الكبرى في الجزائر هو الذي يتبنى استثناء الطبقة
الاولى و و يضيف لها عنصر الاستحياء , خاصة عند اجتماع الاسرة كلها حول برنامج ما .

الوسط المتشدد , وهو قليل ديموغرافيا , له تأثير هام ويتواجد ببعض المناطق (المزاب و
الوادي تحديدا) حول هذه النقطة بالذات ليس من شان بحثنا تقديم الكثير علما بان التمثيل
الديني لا يمكن ان يدرك بقدر الكفاية في مثل هذا الحقل الضيق للتحقيق .

ومما سبق نستخلص انه في ظل التقدم التكنولوجي لنظام الرقمنة الفضائية والطرق السريعة
للاتصالات يتوقع العديد من علماء الاجتماع⁸² ان تتعدى دراسة الطبقات الاجتماعية
للجمهور المعايير المعتادة أكثر فأكثر , فالتفاعل المزدوج بين التلفزة و الجمهور يؤدي الى
اختلاف السلوكيات في الحشود السوسولوجية للمشاهدين التي لم يصبح في وسع المعايير

⁸⁰ - مرجع كمال بورزق في : التنوع و التنمية المستدامة , تقرير PNUD الجزائر 1999 (ص53) و مركز بورودو
2001 (ص 77).

⁸¹ - ت ، أ كوفان الذي ذكر تحقيق لعالم الاجتماع أ ، باركر في مرجع سابق (ص 168).

⁸² - فرنسيس بال في : وسائل الاعلام والمجتمع ، مونت كريستين ، جنيف 1994 (ص 249 و ص 280).

المعتادة الإحاطة بها وإدراكها. فهل يليق الأخذ بعين الاعتبار العوامل التي تترجم هذا و اللجوء الى الفئات السوسيو مهنية التي تطبع تغيير الذهنيات المتعلقة بالتلفزة مثل مذهب المتعة الهادي⁸³ على العموم الوصول الى تعميق دراسة سوسيو لوجية الحركة بدراسة سوسيو لوجية التطور للتغلب على التقويمات الطبيعية للمنتجين, المرسلين و المستقبلين, لكن تحليل الميادين التي تظهر فيها ترابط الآثار المشتركة نظرا لأسبابها العميقة, حصر التقويم التقدير السوسيو لوجي الذي لا يرد في بعض الأحيان إلى مشاهدة التلفزة مثلا:

- اللذين يرفضون مشاهدة التلفزة هم المحتجين

- الذين لا يمكنهم عدم مشاهدة التلفزة هم المواظبين

- الذين بينوا رضاهم هم الراضون⁸⁴

لكن في بعض البلدان مثل الجزائر يمكن ان نتساءل اذا لم يختلف التقدير نحو الحماسة الاولى المعروفة من طرف العامة نحو مشاهدة التلفزة حسب الطبقات الاجتماعية؟

من بين الأسباب التي أدت الى ذلك هو اتساع امكانية الاختيار عن طريق الهوائي المقعر و القمر الاصطناعي. كما يمكن ان يتبين ان مختلف الفئات الاجتماعية يختارون برامج غير مختلفة كثيرا .

المعايير المعمول بها للتفرقة بين هذه الفئات لا تكفي لترجمة ردود افعالها الخاصة نحو التلفزة, قدم بعض البرامج , الاكثر الذي ينتج عن ذلك, زيادة الاوقات⁸⁵ المخصصة لمشاهدة التلفزة, تكرار الاحداث , زيادة الوقت المخصص لمشاكل الحياة (البطالة , مشاكل الشباب ... الخ و الحتمية التي تنتج عن ذلك او ظهور الأمل من جديد قادما من جهة اخرى

بهذا فإن الوضعية الجديدة في فرنسا⁸⁶ تتميز بتطور المواظبة للفئات التي تتراوح أعمارها بين 15 و 25 سنة للطلبة و الإطارات السامية الذين كانوا يتهربون من متابعة التلفزة سابقا. كما يتميز ايضا بانخفاض نسبة المتفرجين من 42 % إلى 30 % خلال العشر سنوات رغم أنهم لا يزالون جمهورها الكبير بنسبة 60 % 56 و وهو المعيار الذي يفضله مقدمي الإشهار .

⁸³ - مرجع سابق ل أ كوفان (ص121) ، (مذهب المتعة ، الذي يجعل من اللذة الحالية هدف الحياة)
⁸⁴ - فئات تم رفعها في الولايات المتحدة الأمريكية حسب Glick و Lévy (العيش مع تلفزة شيكاغو) ذكر من طرف كوفان في مرجع سابق (ص 189).

⁸⁵ - الزمن المتوسط للمواظبة في فرنسا ارتفع من 16 الى 20 ساعة في فترة تتجاوز 05 سنوات من (1985 -

1995) حسب فرنسيس بال مرجع سابق (ص 184)

⁸⁶ - مرجع سابق ل فرنسيس بال (ص 288).

مما سبق نستخلص ان مع التقدم الملحوظ لتكنولوجيا الانتاج والبت التلفزيوني ، يتفق علماء الاجتماع⁸⁷ غالبا على عرض تصنيفات نماذج جديدة التي تأخذ أكثر فأكثر سلوكيات المتفرجين مشيرين الى عدم جدوى المعايير المعمول بها سلفا .

2 - تأثيرات التلفزة واثارها على وسائل الاعلام الاخرى

لا يمكن دراسة كل تأثيرات التلفزة و اثارها ، انها كثيرة و متشعبة حتى من المنظور السوسيلوجي ، حيث هي مهمة على اختلاف انواعها و قصد التوصل الى وضع تصنيف نهائي فدون ان نزع الإحاطة بكل جوانب فحصها ودراستها سوف نتطرق لما اتضح سهل المنال منها حيث هناك نوع من الاعتباطية الحتمية ، لكننا سوف نعمل جاهدين على شرح و تبرير ذلك قدر الامكان ..

ماعدا متابعة الحصص الخاصة من نوع التعليمية ، السوسيومهنية كثيرا ما ينظر للتلفزة كوسيلة ترفيه و تسلية ففي ميزانية الوقت⁸⁸ في الجزء المخصص للتسلية يحدد ثمن الوقت المكرس للتلفزة. مفهوم الترفيه في معناه الاجمالي-و الذي لا يقصي اكتساب المعارف هو مفهوم التسلية، الراحة والاسترخاء، ومحاربة الارهاق. فهو جزء من الوقت ، خارج الانشغالات المهنية. ففي علاقة الجماعة والحشود الاجتماعية، ان كان المرى في السابق حاضرا سوى بواسطة عمله فالانسان المعاصر يعيش اليوم عبر التسلية حياتا مليئة بالمعارف بمشاركته في وجود معيشي مكثف بانتشار البث الجماعي.

ومن المتعارف عليه للتلفزة مهمة التسلية والاعلام والتثقيف، كما هو الحال بالنسبة لباقي وسائل الاتصال السمعية البصرية الجماعية. ولهذا قبل التطرق الى التأثيرات التربوية والتعليمية للتلفزة يصلح التساؤل حول عواقبها وتأثيراتها على وسائل التسلية الاخرى مثل السينما، المسرح، الكتاب، اعتياد المقاهي بالنسبة للرجال والاجتماعات داخل الاحياء الخ.

لقد غيرت اليلفة كثيرا رزنامة الاوقات اليومية خاصة ، بتشجيعها السهر ليلا، وتقليص معدل اوقات النوم، كما ايقضت اهتمامات جديدة بشكل غيرت فيه سلم ميزانية وقت التسلية خاصة.

⁸⁷ - ج كازنوف في : التلفزة في سبعة قضايا الطبعة الثالثة BUCHET- CHASTEL باريس / بروكسل 1996
⁸⁸ - مرجع ل جون كلوزال في : التربية ، الثقافة و التلفزة ، مكتبة القانون بروكسل 1998 (ص 139) .

السينما

تأثيرات التلفزة⁸⁹ و نتائج وقعها كبيرة لعل اكبرها كان بالتأكيد على السينما في اغلب بلدان العالم: فالتلفزة اكثر ملائمة واقتصادا.

فمن اجل التصدي لهذه النزعة, سجل منتجو السينما تقدما ملحوظا بتحسين الصورة والصوت عبر نظام دولبي dolby وتوسيع الصورة.

في البلدان الغربية يحاول المشرع ايضا انقاذ السينما بمنع التلفزة من برمجة الافلام الجديدة الخ.

فما هو الحال بالنسبة للجزائر, وخاصة فيما يتعلق بالمرأة؟

قد لا تكون نفس الوضعية سائدة في المدن الكبرى بالنسبة للنساء على اختلاف شرائحن السوسيوثقافية في الجزائر العاصمة, قسنطينة, عنابة, او وهران.

كان من الممكن للنساء الشابات من بعض الفئات السوسيوثقافية كالأطباء والمعلمات التردد على قاعات السينما وهي الفئة بالذات من النساء التي تراجعت لديها السينما لفائدة التلفزة. اما بالنسبة للفئات المحرومة التي نتطرق لها بالدراسة فقد شكلت التلفزة نوعا من الاكتشاف للسينما. بمعنى اكتشاف السينما عبر شاشة التلفزيون لعدم توفر لديهم امكانية مشاهدة بث سينمائي(انظر معطيات التحقيق المجري).

المسرح:

كانت تبعات ذلك مغايرة لما حدث بالنسبة للسينما : جمهور المسرح الذي يتميز اجتماعيا عن جمهور الشاشة قد بقي وفيا.

و قد تم استنتاج ايضا ان التلفزة كانت عاملا مشجعا على السعي الى المسرح بإبراز روائع الكوميديا الى اكبر عدد ممكن من والمشاهدين حيث حضيت مسرحية بريتانيكوس⁹⁰ ، في ظرف ساعتين من الزمن بحضور اربعت اضعاف مما حضر في مدة ثلاث قرون.

في الجزائر ضل اعتياد المسرح دوما محدودا خاصة بالنسبة للنساء. هذه الظاهرة لا تخص سوى نساء العائلات الكبرى المتحضرة ذات الثقافة العريقة.

⁸⁹ - JC- AGID – CIN2MA ET T2L2VISION « les écrits de l’emage » CERT n° 37 paris 1998 (p 90)

⁹⁰ - مرجع سابق ل كوخ نسيت (ص 132)

فدون حيازة معطيات كمية يمكن الافتراض ان كان هناك تأثير، ان التلفزة ليست هي التفسير الوحيد ولا الكافي لشرح ذلك.

(لا تكتسي هذه المسألة أولوية الأحداث في عيون الجماهير).

الصحافة المكتوبة:

لا زال التأثير متبادلا اكثر فأكثر دون ان يكون متساويا: حيث تسبقها التلفزة فيما يتعلق بالإشهار والاعلام⁹¹، فنجد المجالات الأكثر منافسة للتلفزة من اليوميات وان صعب تقييم وقعها بالتدقيق. اذ تحاول الصحف جلب القارى بتقديمها اياه قسطا وافرا من الدراسات والتحليل المختصة.

ان التطور الحديث للصحافة الحرة في الجزائر قد فتح عهدا جديدا. فالتهافت على ما هو جديد و خاصة البحث عن رأي اخر مخالف لما تقدمه الاجهزة الحكومية قد اثر بشكل فعلي في ذلك. ولكن هل يقلص ذلك الوقت المخصص سابقا للتلفزة؟

قد تكون الاجابة بالنفي لدى الجمهور المبحوث. هذه الشريحة ذات المستوى الدراسي المتواضع والإمكانات المادية المحدودة تكون قد امتنعت نهائيا عن الانسياق لهذه النزعة، او ربما لبعض الاحيان

التلفزيونات الاخرى (الاجنبية):

- النزعة القوية فيما يتعلق بتأثير المشاهد الجزائري هي اللجوء الملحوظ الى المحطات الأجنبية . فمع الهوائيات اولا ثم القنوات الفضائية و الأجهزة الرقمية من الضروري اجراء دراسة كاملة لذلك نظر الاختلاف الوقع و اهميته.

لقد احتلت الهوائيات تقريبا كل اسقف وشرفات المساكن بما في ذلك القصديرية و الاقل تحضرا وعمرانا. هذا الانتشار الواسع بلغ حدا تساءل عنه الاخصائيون ان كانت التلفزيونات المجهزة بالهوائيات ليست اولى من المساكن في الجزائر⁹². فما هي اذن تبعات ذلك في المقابل على التلفزيون الجزائري وعلى برامجه وحصصه؟ هذا موضوع ذو اهمية بالغة قد تعدى حتى التأثيرات المحدثة على باقي الوسائل السمعية البصرية في الجزائر.

⁹¹- E . Gérin . « tv, notre amie » Centurion ,1997 paris (p 73) , 5p 188

⁹² - مرجع ل كمال بورزق في : دراسة حول التنمية البشرية في الجزائر. و تقرير تقييمي لدراسات وابحاث اقتصادية ، بورديو ، جنيف ، بروكسل و لاشبونة (2001 / 2000)

وقع التلفزيونات الاجنبية على التلفزيون الجزائري فيما توصل اليه بحثنا يمكن الى تقييم مباشرة فيما يخص الزمن, المدة والنوعية: فما هي نظرة المبحوثين؟(انظر معطيات التحقيق)

الاذاعة(الراديو):

لقد احدث انتشار التلفزة تراجعاً في اعداد مستمعي الراديو بشكل معتبر⁹³.

ففي اغلبية بلدان منظمة التعاون والتنمية الاوروبية(OCDE) تقلص عددهم بنسبة النصف⁹⁴, حتى وان كانت الاذاعة تسيطر في بعض اوقات النهار او الاوقات المقضات في المطبخ مثلاً و السيارة على سبيل المثال.

ان ادماج كل من الراديو والتلفزة في الفضاء الالكتروني يتطور جملة واحدة مع تطور التكنولوجيات الرقمية والمولتيميديا (multimédia) وباقي وسائل الاعلام السمعية البصرية، فهل هناك خصوصية جزائرية؟ اكيد، و لكنها قد لا تكون ذات اهمية كبيرة لتلفت اليها الانتباه والأفضلية في الدراسة والتحليل.

(الانطباعات التي اسفر عليها البحث، تقول بأنه لم يعد للراديو اهمية كبيرة لا من الناحية الاجتماعية ولا من الناحية الاقتصادية إلا اذا تعذر اكتساب التلفزة.

المحيط: هذا الجانب لا يعالج بطريقة مباشرة في البلدان الغربية: فنمط عيشهم لا يتطلبه الا نادراً.

اما في الجزائر فالعلاقة مع المحيط والجيران بالاتصال اليومي والدائم مهم جداً، لدى النساء، حيث يجب دراسة كيفية تأثير التلفزة وفي اي جوانب يحدث ذلك. هل تخصص لها نفس المدة الزمنية؟ هل طرا اي تغيير على المبادلات؟ تحديداً، هل تحولت الدردشة؟ (الثرثرة) الضرورية سابقاً على التعليق على البرامج التلفزيونية ان كانت الاجابة اثباتاً فما هي هذه البرامج؟.

المقهى الحمام، و الزيارات العائلية: لقد جعلت التلفزة الناس لا يبرحون منازلهم في جميع اقطاب العالم. حيث اصبح لها تأثير كبير على الرجال و ذوي (25 الى 44 سنة) من الجنسين، ذوي المستويات التعليمية البسيطة والشرائح المحرومة⁹⁵ فنقص التردد على

⁹³ - ج كازنوف في: قدرات التلفزة، غاليمار باريس 1995 (ص 97)

⁹⁴ - ب ميكال مرجع سابق (ص 49)

⁹⁵ - جورج فريدمان: اكثر من الراديو، مرجع سابق (ص 92)

المقاهي اضحى محسوسا في الحياء والمدن القليلة السواح او ضئيلة النشاط التجاري.ليس ذلك هو الحال في الجزائر فهذا مرده الى ضيق المنازل والانفجار الديموغرافي.

- و على اي حال , يطرح السؤال بالنسبة للمرأة الجزائرية فيما يتعلق بالحمام باعتباره مكانا للترفيه وتبادل الرأي و ملتقى للنساء ففيه تتناولن امور الزواج, ويشمل الحديث مختلف الطبقات الاجتماعية، فاي جانب استطاعت التلفزة ان تحدث تغييرات بما انها متواجدة في هذا المكان؟ يحتمل ان يكون قد خصص لها متسع اضافي من الوقت, لمشاهدتها او للتعليق على بعض حصصها.

فماهي اذن الحصص وما هو الوقت المخصص لها؟ (انظر معطيات التحقيق) في الجانب الميداني للدراسة

تعتبر الزيارات العائلية وسيلة ترفيه مفضلة لدى المرأة فما هي تاثيرات التلفزة فيما يتعلق

- بالمدة كشفت نتائج التحقيق الخاص بدراستنا ان الزيارات العائلية تراجعت مقارنة بالسابق لحساب التلفزة حيث نجد نسبة 3,33% من المبحوثات يخصصن وقتا لها .

- مواضع المبادلات في الاراء

الرياضة والنزهة العائلية : لقد احدثت التلفزة تاثيرا كبيرا على المشاهد من اجل متابعة الحصص الرياضية⁹⁶ فهل يعتقد انها فتحت مجال واسع امام النساء، في الملاكمة ، وكرة القدم على وجه الخصوص ، حيث يفوق عدد المشاهدين على الشاشة عدد المتفرجين في الملاعب). فتتخفص بذلك المداخل حينما تكون المقابلات مبرمجة ، فبفضل التلفزة استطاعت الاوساط المالية ان تتوغل في عدة مجالات رياضية للانفراد بالخصوصية في نقل البث.البث الحصري

وبطبيعة الحال تمت ديمقراطية و انتشار بعض الرياضات غير المعروفة لدى بعض الفئات الاجتماعية مثل رياضة القولف , والتنس الخ.

والكن الطريق مازال طويلا بين المشاهدة وممارسة الرياضة المرغوب فيها.

الزيارة العائلية يوم الاحد عند الغربيين لم يطرا عليها اي تغيير على ما يبدو ولذلك ينقص عدد المشاهدين ومواضبتهم يوم الاحد⁹⁷.

فما هي النزعة في الجزائر دراسة شاملة في هذا المجال قد تكون نافعة) فان التلفزة قد فتحت امام المرأة الجزائرية افاق المهرجانات الرياضية , ومن اجل هذا يجدر بنا تحليل

⁹⁶ - ج . فريدمان : اكثر من الراديو مرجع سابق (ص 93)

⁹⁷ - حسب ج .فريدمان ، مرجع سابق (ص 93).

مؤثراتها على توجيه تربية الأطفال . حتى وان صعب على الاولياء حث الاطفال على ممارسة الرياضة لأسباب قد تكون مادية موضوعية , فهل تلقين الروح الرياضة لهم ليس بميزة جديدة تضمنه المرأة الجزائرية من خلال ما تكتسبه من معرف في المجال التربوي؟

التلفزيون : الوسيلة، الإنتاج، البث و التطور

برزت التلفزة في خضم النجاح الباهر الذي ميز الثقافة الراديوفونية⁹⁸ فمن التجارب المحتشمة بين عام 1928 و 1935 و الاضطرابات التي أحدثتها الحرب العالمية الثانية. أصبحت التلفزة ومنذ عام 1948، حاضرة في أربع دول : روسيا ,الولايات المتحدة الأمريكية , بريطانيا و فرنسا.بمجموع ثلاثة ملايين جهاز تلفزيوني⁹⁹ .

بعد مضي عشر سنوات ,سجلت التلفزة انتشارها مذهلا بلغ76مليون جهاز¹⁰⁰ استقبال منافسة بذلك امتداد الراديو (البث الإذاعي).

أما في جزائر العهد الكولونيالي : سنة 1961 فقد سجلت التلفزة حضورا ضمن الأسر بلغ نسبة 18% وان كان توزيعها بين طبقات المجتمع غير متناسبا¹⁰¹ مكرر ومنذ انطلاق العملية سنة 1958كانت المحطة المحلية التي تفرعت آنذاك إلى ثلاثة مناطق تابعة إلى محطة العاصمة فيما يتعلق بشؤون تسييرها وبرامجها.

فحسب إحصاء 1976 و 1977 ارتفع عدد الشاشات التلفزيون بحوالي 10 إلى 30 جهاز لكل 1000 نسمة هذا التزايد المضطرد بلغ ذروته بعد ذلك في الثمانينات مع انطلاق برنامج "مكافحة الندرة"ليصل نسبة 144 جهاز لكل ألف نسمة في بدايات القرن

⁹⁸ - مثلما عرفت من طرف برادلي ، ذكر من طرف ماك لوهان مرجع سابق (ص 48)

⁹⁹ - ب ميكال في : تاريخ الراديو و التلفزة ، Perrin ، باريس 1994 (ص 159)

¹⁰⁰ - 50 % في الولايات المتحدة حسب ب .ميكال مرجع سابق (ص 162)

¹⁰¹ - حسب تقديرات (الجمعية الجزائرية للأبحاث الديموغرافية ، الاقتصادية و الاجتماعية) تقرير الدراسات المختصرة حول (التلفزة في الجزائر). الجزائر 1979 (ص27)

الحالي.* وهي من اعلي النسب آنذاك على المستوى القاري بما ذلك نسبة الأجهزة الملونة¹⁰²

إن الفارق مع بلدان شمال المتوسط بدأ يتلاشى، ولو تطلب ذلك المزيد من الجهودات لبلوغ نفس المهارات التكنولوجية فيما يتعلق بالبث عبر الكابل أو الساتل (الفضائي) حسب مقاييس الأنظمة الرقمية .

وزيادة على هذه العوامل التقنية فإن تطور الاتصالات المرئية يبقى مرهون بالظروف الاقتصادية وبنظام الاستغلال والاستعمال.

فحتى وان كان الطلب كثير وتوفر لدى المتلقي¹⁰³ فإن التكلفة الباهظة للمحطات تبقى تشكل عائق، نفس الشيء ينطبق على النظام القانوني للاستغلال بحيث تحتفظ الدولة باحتكار القطاع.

ففي مثل هذه الظروف كان إلزاما على البث التلفزيوني أن يبقى بطيئا مما هو عليه لدى الأمم التي شجعت المؤسسات الخاصة¹⁰⁴ حتى وان تم تغيير القيم الثقافية أحيانا لبعض الحصص ، بحيث يشجع الربح التجاري على العمل بقانون نسب الإصغائية التلفزيونية الذي يطعن في النوعية الفنية وفي الاختصاص.

والعكس في حالة احتكار الدولة للقطاع مثل ما هو معمول به في الجزائر فإن الانصياع لذلك يقلل من القيمة الفنية للحصص. وعلى أية حال فإن تحليل سوسيولوجيا منتجي البرامج التلفزيونية وكذا أهداف مسيري المؤسسات التلفزيونية يكشف بوضوح عن نظرتهم إلى الجمهور المشاهد وبالتالي إلى طبيعة البرمجة، حيث أن التجاوب والتفاعل ورد الفعل تبدو موجهة نوعا ما ، فهي نفسها تملى من قبل مؤسسة البث و التوزيع

¹⁰² - اختارت الجزائر النظام الألماني SECAM عوض PAL الفرنسي ، لكن هذا ليس له اية اهمية من حيث الملائمة في تسهيل مرور الحصص.

¹⁰³ - لكن قد لا يمكن اقتنائها نظرا لسعرها المرتفع بالنظر للقدرة الشرائية للجزائري المتوسط

¹⁰⁴ - حسب ف بيجي: التلفزة في العالم ، مؤسسة إدارية و مالية ، باريس AVTROPOS 1992 (ص 153 و 230).

على اثر ما يقوم به المنتج ولذلك تعتبر الطبيعة السوسولوجية للمنتجين من جهة وتلك الخاصة بمسؤولية البث من جهة أخرى عوامل حاسمة وإيجابية .

إن الجزائر تستورد الأغلبية الساحقة لبرامجها من المشرق ومن البلدان الغربية , بما يطيل الحديث عنها وهو أمر لا يهم بحثنا.

علاوة على ذلك نحن نعلم جيد¹⁰⁵ إن كل مؤسسة إعلامية هي نوعا ما "خلاقة وحاملة لبعض الجوانب الثقافية والفنية" تتطوي على مصلحة جيو إستراتيجية , سياسية , واقتصادية , فهي بذلك معقدة وغير حيادية بحيث يصبح البث بهذا الشكل ناقلا ثقافيا للمنتج.

كما أصبحت الإنتاجات المكثفة التي تعكس هاجس المر دودية وهي تتجز بواسطة جملة من التقنوقراطيين عوضا عن الفنيين والمبدعين تفتقد إلى شخصيتها وروحها المطلوبة .

وعلى هذا المنوال ينفع "التشهير" ويفيد كثيرا مقدمي البرامج التلفزيونية على حساب الممثل والفنان¹⁰⁶ ، ففي حالة الاحتكار يمثل المقدم الشهير تشخيصا للفريق المسير و الناطق باسمه. حيث تقتصر البرمجة التلفزيونية على انشغالات المسيرين في إطار التغريب الناجم عن علاقات الخضوع (الإخضاع) في سياق الإنتاج بمفعول تعايش (Synergie) يتحمل فيه المشاهد عبودية مضاعفة , فمن الضروري إذن معرفة الأصول الاجتماعية والمهنية أيضا المؤهلات ونمط التوظيف للمستخدمين والمسيرين والإداريين والتقنيين والمقدمين بالنتيجة حيث تصورهم لمهامهم، أمر حاسم في تحديد طبيعة البرمجة وفي علاقاتهم مع الجمهور , خاصة بالنسبة لأدوار وأهمية التجارب والتفاعل , هذا التساؤل

¹⁰⁵ ب. أ. توشار : ذكر من طرف ، ف. بيجي في مرجع سابق (ص 169)
¹⁰⁶ - أ . موري و إليرون : " ضيق اثار الشهرة " دفاتر CERT رقم 24 (ص 188)

السوسيولوجي الغير واضح حول طبيعة المبدعين والمنتجين كما هو الحال بالنسبة للمسيرين (الموزعين) يمكن الإجابة عنه عن طريق دراسة محتوى الحصص.

1 - المحتوى:

يسمح تحليل محتوى البرامج حتما بفهم الرسالة التي تكشف عن نوايا المرسل ,حيث انتهت سوسيولوجيا الاتصالات¹⁰⁷ من تحديد المعايير ومستويات المقاربة لذلك الشأن، فيما يتعلق باختلاف مفاهيم الحصة الواحدة ,قد يدفعنا إلى التطرق إلى المستويات الكمية والنوعية على أنها قيم خفية ومدسوسة (خامدة) فدونما الوقوف مطولا أمام الأثر الخفي , يبدو جليا أن لنفس الحصة تفسيرات أو مفاهيم مختلفة وذلك حسب المحيط الاجتماعي والثقافي أو فئات الأعمار . وهو ما تنفرد به بعض المسلسلات التي لا يدرك من خلالها سوى هاجس القلب عوضا عن الآفة الاجتماعية أو العكس .و بطبيعة الحال فقبل تحليل المحتوى يجدر بنا التطرق إلى التصنيف حسب المواضيع: (الموسيقى، الرياضة، التربية، الثقافة، الإشهار، السينما و المسرح...الخ).

حيث يتم العمل بالشبكات البرمجية ,التي تعتمد على الأخبار، الموسيقى، الألعاب، الإشهار، الأفلام الوثائقية، الفيلم، الفن، التربية، التعليم ..الخ بحيث يصلح هذا النوع من الدراسة أساسا في التحليل المقارن لمختلف أقسام التلفزيون .

مع تطور النظام الرقمي وانتشار طرق الاتصال و بتاثير الاقمار الصناعية اخترقت التلفزة كل الحدود الجيوطبيعية و المؤسساتية وفي خضم هذا التطور كيف تكون وضعية

¹⁰⁷ - حسب بيريلسون ذكر من طرف لآ . بيغي في مرجع سابق (ص 157) و فرنسيس بال في (وسائل الاعلام و المجتمعات) مونتي كريستين ،جنيف 1994 (ص92)

التلفزيون الجزائري بالتحديد المكانة التي يخصصها له الجمهور الجزائري؟ هنا يكمن مشكل مستقبل التلفزيون الوطني في ميدان علم التحكم¹⁰⁸ في التقنية و التنظيم و الرقابة .

2 - المتلقي او الجمهور

يتعين الجمهور كحشد متلقي عن بعد ،فمفهوم الكتلة عند جورج غروفيتش¹⁰⁹ يحدد درجة انصهار كلمة نحن. فكلمة نحن تعتبر، كل لا يمكن اقتصاره على تعددية أعضائه، مشاركة متبادلة من الأحادية إلى التعددية، أنها شكل من الاجتماعية " سوسيايلتي" بحيث تقابل الكتلة أدنى درجة من الشدة في المساهمة في دلالات " نحن". من ثمة فإن الفرد المندمج في التعددية يحتفظ بميزاته الخاصة، فليس بمجرد فتحه لجهاز تلفزيونه يمكن للفرد أن يختلط مع الآخرين : الطبيب والحداد أو الفلكي والفلاح... الخ ومع أن هذا الجمهور يشكل كيانا اجتماعيا متماسكا، فهو يتموقع ضمن التجمعات المتباعدة. كما هو الشأن بالنسبة للراديو وهو ما في وسع التلفزيونات أوالاتصالات المرئية الجماعية تجسيده عن بعد¹¹⁰. حيث إن هذه الوضعية تجعلنا نعي الأحداث ولو كانت بعيدة عنا وفي وضعيات عديدة تتجاوزنا. فبواسطة هذه الوسيلة – وسيلة الاتصال – يجد الفرد نفسه مدمجا عن بعد في هيئة اجتماعية وهي جمهور المشاهدين على نحو نظرية العقد الاجتماعي ل جون جاك روسو ". أين يكون الفرد المنعزل عضو في الهيئة السياسية و على هذا النحو يكون جمهور الشاشة حقيقة سوسولوجية، فعلية، مهيكلة فالعنصر الأول في الهيكلة هو المرسل ما دام هناك فعل رجعي وتجاوب . أما العنصر الثاني المهيكل فهي الصحافة المختصة فهي تنقل ردود فعل المتلقي تضعها

أحيانا أو تضمن إعلامه. أما عنصر الهيكلة الثالث فيتمثل في الجمهور نفسه فهو مهيكل نوعا ما عبر مختلف الجمعيات ونوادي الشاشة الذين يمارسون نوعا من الضغوطات لدى المرسل كما انه قبل ذلك عبر الأسرة و المجموعات الاجتماعية (groupes sociaux) بما أن الأسرة هي الخلية الأساسية. فضلا عن الدوافع العامة لمشاهدة التلفزيون كما الإطلاع على الأخبار، التعلم أو الترفيه يجدر الاهتمام بدراسة السلوكات حسب الزمان والمكان بمعنى متى و اين نشاهد التلفزيون؟ فعادة ما يكون ذلك في البيت في المرتبة الأولى في أوقات نشرة الاخبار السياسية والاجتماعية ثم عند الساعة 20H45 تبدأ البرامج العامة وكذا بعض البرامج السياسية والعامة كالأحداث الرياضية العالمية أو برامج الجمهور

¹⁰⁸ - ميدان علم التحكم هو الذي يعمل على تنظيم القانون الدولي او سبل المعلومة حسب فرنسيس بال في مرجع سابق (ص 102).

¹⁰⁹ - جورج غروفيتش في: دراسة السوسولوجيا، غالمار الطبعة الثالثة باريس 1992، الجزء الاول (ص 176 و ص 204) و ف. بال في مرجع سابق (ص 107).

¹¹⁰ - ج. فريدمان مرجع سابق (ص 265)

العريض للإشارة أيضا هذا التوقيت يصطلح عليه إعلاميا وقت الذروة ¹¹¹ prime time وتوزع من خلاله الإشهارات الأكثر غلاء في الأسعار. أما فيما يتعلق بالدراسة السوسيولوجية الخاصة بأذواق واختيارات المشاهدين فلن تكون لها قيمة محققة إلا إذا أجريت على حسب أصناف الأشخاص والشرائح الاجتماعية .

الدور التربوي والثقافي للتلفزيون :

من الصعب الفصل في أمر الثقافة والتربية، مثل دراسة القيم الاخلاقية والمدنية والاجتماعية فعوض اللجوء الى تصنيف لا فائدة منه , نحاول الإشارة الى الجوانب المهمة التي لها فائدة سوسيو ثقافية وتربوية في الوقت نفسه .

هناك وجهتي نظر ¹¹² متناقضة تقف امام تحليل حول تأثير التلفزة على المدى الطويل.

وجهة النظر الاولى : تعتبر هذه الاثار كعامل ترابط بين فئات المجتمع والدول. فضلا عن اعتبارها وسيلة لنشر الثقافة والتربية و كعامل تفاهم وتبادل وتلقي للقيم والانفتاح على الحضارات قصد ترقية المشاركة العالمية في القيم الحضارية.

اما الطرح المعاكس فيرى ان هذه الاثار هي اخطار لثقافة كاذبة ومحو للتغيير عن طريق العولمة .

يمكن ان تكون ادلة كلا الاتجاهين على صواب ،فالتلفزة كباقي وسائل الإعلام ،ليست تقنية حيادية ،دورها يتمثل في الصمود كل مرة ضمن المضمون السوسيولوجي المعرض للدراسة.

فهي ليست التفسير الوحيد لأسباب مثل تلك الوضعيات السوسيوثقافية ¹¹³ وان كانت بمثابة المرآة التي تعكس ذلك اكثر فأكثر ،فالثقافة ووسائل الإعلام ،تحديدا التلفزة هما

¹¹¹ - وقت محدد من طرف الانجلوسكسونيين قبل الساعة الثامنة بقليل ،مرجع ل الان موني في : (كراريس السمعي البصري) ،رقم 5 باريس سبتمبر 1995 (ص 123).

¹¹¹ - ج فريدمان في : اكثر من الراديو مرجع سابق (ص 93)

¹¹³ نفس المرجع (ص 93)

كيانين مترابطين¹¹⁴ فالتلغزة باعتبارها وسيلة للكشف عن الثقافة , لا يمكن ان تحتكر لنفسها دور المربية، بل للثقافة دور في ذلك , بإمكانها ان تؤدي الى الجوانب الإيجابية و الجوانب السلبية ايضا.

هل يليق التحكم فيها وضبطها ،بالإضافة الى الإعلام . من المفروض ان يكون دور التلغزة في التنقيف و التربية .

اذا كانت المعلومة و المعرفة عنصرين من عناصر الثقافة فهل هو كذلك بالنسبة للإشهار الذي هو في انتشار مستمر ؟ ومن ناحية اخرى ، لأي فئة من المجتمع في المضمون الجزائري ؟ كما يجب التحكم في و السيطرة على مفعول الكيد المرتد , بحيث لا يجب تجاوز او فرض برامج متكررة مهما كانت محاسنها او فوائدها¹¹⁵ و بصفة عامة يجدر التمييز بين البرامج التعليمية الموجهة للتكوين الكلاسيكي لجمهور مستهدف , تكملة للمدرسة , تعليم البالغين , تكوين المكونين . التعليم العالي المتخصص وكذا الحصص ذات اثر تربوي على الجمهور العريض , علما انه بإمكان اي حصة تلفزيونية ان يكون لها اثر سوسيو تربوي وثقافي ، التمييز بينهما لا يمكن ان يحدث الا عبر الملائمة , فالإجماع الذي توصل اليه الأخصائيون يختصر في التعريفين التاليين:

تعتبر الحصة التلفزيونية تربوية : اذا كانت الغاية منها تعليمية ومصممة ومنجزة لأغراض ديداكتيكية وتندمج في نسق متناسق وتدرجي ، اي ضمن مجموه مترابط ومتواصل .

تعتبر اي حصة ثقافية : اذا خرجت عن هذه المتطلبات وتتصلت من التزاماتها لترتبط بالنقل المحض والمبسط للتراث الفكري والفني او تطمح الى خلق فن جديد . وفي نهاية المطاف، ليس صراع الافكار الدائم و الناجم عن هذا التمييز نفسه، والذي نال الحظ

¹¹⁴ - فرنسيس بال مرجع سابق (ص 267).

¹¹⁵ - حسب كوردي المذكور من طرف ج غازنوف : "قدرات التلغزة" ، مرجع سابق (ص 118).

الأوفر من البث التلفزيوني ، ليس هو صراعا تربويا بقدر ما هو صراع ثقافيا دون ان ينظوي تحت غطاء اي طرف ؟

ولهذا ، فعند تحليل بعض الممارسات الخاصة عند هذا المستوى لها دلالات هامة حسب البلدان و المنظومات القانونية للإطار التلفزيوني و هو تخصيص مكانة خاصة للثقافة والتربية .

لفهم وضعية التلفزة الجزائرية يجدر بنا تسليط الضوء على بقية التجارب فمبدئيا تكون القنوات العمومية اكثر تكليفا من غيرها فضلا عن مسؤوليتها في برمجة الحصص الثقافية و التربوية . لكن هذا ليس خاصا بها وحدها ،تستطيع الكثير من الشاشات عبر العالم ،المختصة في الثقافة و التربية ان تستفيد من خدمات وسائل الإعلام السمية والبصرية المتعددة او الملتيميديا ،لكن الخطر يكمن في انخفاض المستوى تحت المستوى المتوسط ،ذلك لأسباب متعلقة بنسبة الإصغائية التلفزيونية ،نظرا لتعدد الاحتمالات نصل الى ثقافة سيفسائية اقل تربوية من الثقافة المنظمة التي تسمح بجمع المعرفة ودمجها .

لكن الطرح المعاكس مؤسس لذلك ،فأكثر من الكتابة و القراءة تحثنا التلفزة كتكنولوجيا معقدة تحمل اللغة و الصورة على استعمال كل حواسنا ومن المحتمل ام دورها التعليمي اكثر من الدور التعليمي للكتابة ،كما يمكن ان تجمع ايضا الاشخاص الاميين واجتيازها الآراء المختلفة للمختصين ،فاتحة المجال واسعا للمفكرين .

يجب ان تكون التلفزة فيما يخص التربية المدنية او الثقافة الشعبية ،خاصة في بلدان العالم الثالث بمثابة منشط يهدف الى تطوير قيم ثقافية موجودة . او اثاره الرغبة في التربية والتعلم دون إهمال تنظيم الهياكل التقليدية لقد ذكر ج كازانوف ان العديد من الأخصائيين الذين نظروا في القضية في كل بلدان منظمة التعاون و التطور الاقتصادي،

بينوا ان اثار انعاش التلفزة بديهية.¹¹⁶ مواتية اكثر لفترة من الزمن بالمقارنة مع المطالعة , بحيث تحث البالغين على متابعة دروس مسائية وتكوين متواصل واثراء معارفهم في : السياسة، الدين ,الجغرافيا ,مفردات اللغة ,الادب , الطبخ . الطب , المسرح ...الخ في الحقيقة يليق في مثل هذه الدراسات الأخذ بعين الاعتبار انطباعات الجمهور ايضا , ان دمج دراسة الأخصائيين وانطباعات الجمهور يبين ان الانعاش الثقافي للتلفزة لم يولي اهمية للعلوم الطبيعية ,الطبية , العرافة ,الفنون البلاستيكية و التقنية¹¹⁷. الجانب الاخر والمهم لهذه الدراسات يكمن في تبيان اهمية اثر الانعاش الثقافي و التربوي عند البالغين اكثر منه عند المتدرسين و اقل عند المراهقين غير المتدرسين المنحدرون من الطبقات المحرومة اجتماعيا .

اذا كان الاثر الثقافي للتلفزة يتوقف حقيقة على برمجتها :من حيث المحتوى ,الزمن ,توقيت البرامج ,فإنه يتوقف اساسا على النظرة او الفكرة الغالبة للثقافة . اي ماهي القيم الاجتماعية وماهي الفكرة التي تعطيها للثقافة في وسط اجتماعيا ما ؟

تشير الاعمال التي اجريت في منظمة اليونسكو انه يمكن للتلفزة ان تشجع الاراء الي تسعى الى الخروج من بوتقة التخلف السوسيوثقافي¹¹⁸

هذه المسائل من اختصاص الاخلاق الاجتماعية اكثر من الثقافة ,ان تحليل المحتوى يبين اثر الاخلاق المقبولة في الوسط الذي طبق فيه البرنامج من الناحية الاخلاقية و الثقافية. اما السلوك السلبي الذي يدفع الى الانسياخ في ردود افعال متكررة قديمة ,انعزال ,رفض قوى التجديد ,رفض التقني و الاثراء عن طريق تضارب الافكار .اما الانفتاح الليبرالي,الارتقاب ,الاستهلاك و الخضوع للتوحيد مهما كانت عالمية الفكرة بالإضافة

¹¹⁶ - حسب ج. ريغو في : ثقافة حرة غالمار باريس 1990 (ص 103) .

116 - Sur les phénomènes de saturation sf ,D. HUISMANN . « L'age du faire » Hachette ,paris 1994 (p 101) .

¹¹⁸ - روجي غلوس : الملتقى الدولي الثاني حول تقنيات البث في الحضارات المعاصرة , اليونيسكو 1995 (ص11)

الى ذلك فإن العديد من علماء الاجتماع¹¹⁹ و الاتصال يعترفون ان اخلاقية وسائل الإعلام و الاتصال نادرا ما تكون اخلاقية الاختراع و الشجاعة . كما هو الحال عند مجموع المشاهدين فالعائلة هي التي تكون الوحدة القاعدية و ليس الفرد , الاثار البعيدة و الغير منتشرة تُظهر سلوكيات متكررة مثل : الزوجة الحرة في الغرب و الزوجة الخاضعة في المشرق , في الجزائر يوجد مؤيدين لكلا الطرفين

حاليا انظار علماء الاجتماع موجهة الى الاثار المتعلقة بثقافة الجنس و العنف في التلفزة¹²⁰ , خلال الثمانينات ظهر في البلدان الغربية نوع من التسامح تجاه قوانين الجنس في التلفزة فانتقلت بدون ذمة وبدون صعوبات تنظيمية من المجون الى الخلاعة ويمكن ان يعود ذلك الى الثقافة الغربية اقل احتشاما وميل نمطهم الى الرغبة في التشويش و الإفزاز .

الجانب الثقافي الأخر الغالب حاليا في الانتاج و البرمجة التلفزيونية هو **العنف** رغم ان بعض التحاليل النفسية تعتبر ذلك كوسيلة للتنفيس عن عدوانية الطبيعة .
الا ان النظرية الأكثر انتشارا , تخاف دفع النفوس الضعيفة الى التقليد¹²¹ .

ماهو السبب وماهو الأثر ؟

حقيقة التلفزة ليست مدرسة للجريمة ولكن ماهو دورها في التطور السلبي للعادات والتقاليد؟ سوف نواصل التحريات لاسيما في الأوساط الشعبية المحرومة ثقافيا ان صح التعبير

ففي البلاد العربية تأثير التلفزة كبيرا نظرا للأحداث اليومية المشحونة بالعنف منذ 50 سنة مما يضخم الغيظ .

¹¹⁹ - حسب و. بورش : دور الراديو و التلفزة في تطور المعارف مرجع ذكر من طرف ج غازانوف في : قدرات التلفزة (ص 105 و 106) .

¹²⁰ - فرنسيس بال مرجع سابق (ص 106)

¹²¹ - ف بوشارد في : تقرير الطفل اليونسكو ص 109 باريس 1992

يعتبر ت هايماوليت ان الحصص المتلفزة للعنف المعاش تشوش جدا على المدى الطويل،
عكس الحصص الخالية من العنف¹²²

الدليل القاطع على ذلك هو ان الكبت ينتج عن تشويه الحدث المعاش من طرف التلفزة .

ان غزو الشاشات الاجنبية في الجزائر و التي تقدم معلومة موجهة تثير الكبت¹²³ ان
الوضع الحالية للبث عن طرق الاقمار الاصطناعية جعل من الصعب احترام الاخلاق
او وضع واجبات ما , او فرض قواعد ما للمشاهدة كما كان الحال في الماضي عبر هيئة
التنظيم FCC في الولايات المتحدة و CSA في فرنسا .

على عكس هذه الظواهر الثقافية تسمح التلفزة بإزالة كل الحدود محدثة بذلك امتزاج
الثقافات و المجتمعات اذ تحاول التلفزة في العديد من الميادين التربوية تخفيض الفوارق
الاجتماعية : الجبلين , الريفيين , ادماج الخصوصيات القبلية في حياة الامم و الدول , انه
من الافضل اخذ الحذر وتجنب الغزو ورفض الصمود المكرر و اثاره الانتباه الانتقائي
, التدبير المعلم , الرغبة في التعلم و المعرفة و الثقافة يمثل الشيء الاكثر اهمية في
التقارب بين الحضارات مع الحفاظ على تنوعها¹²⁴ نظرا لانتشار للتطور السريع للتلفزة
و ترابطها مع التكنولوجيات الاخرى للإعلام يجب عليها ان تضمن اثاره الثقافات , هل
تساعد على تحقيق ذلك او العكس تصبح وسيلة لفرض ثقافة ذات شكل واحد.

تساؤلات بورديو¹²⁵ الاخيرة حول الثقافة و العولمة تضعنا في حيرة , ان الثقافة في
المضمون الحالي للعولمة مهددة جدا نظرا للأوضاع الاقتصادية و الاجتماعية التي
تتطور فيها كما اضررت بها فكرة المنفعة مثل هذه الانواع الحيوانية التي تتواجد في خطر
لان الشروط البيئية لحياتها مهددة.

¹²² - مثل ج غازنوف , ف .بال , ج.فريدمان , ر.غلوس , كوهنيست , مرجع سابق

¹²³ - حسب ج. كلوزال في : كوسائل الاعلام الإلكترونية الاخرى , مرجع سابق (ص 115) .

¹²⁴ - س فاشباخ : التلفزة و العنف , هاربر نيويورك 1998

¹²⁵ - جين كلوزال و ج غازنوف : "التلفزة في سبعة قضايا " مرجع سابق (ص 123)

مثل هذه الوضعية التي تسخر القدرات الفكرية لخدمة المصالح الاقتصادية و التي ينشطها المال مثل مجموعة المختصين التي تضم المفكرين ,باحثي المصالح ,الصحافيين و الجمهور .بالإضافة الى استنتاج الدروس فأن التفكير النظري يمكننا من استعمال التحقيق الذي تسمح نتائجه بالفصل حول وضع الجزائر .

نظريات التأثير:

تمهيد

تركزت أكثر الدراسات، في مجال تأثير وسائل الإعلام في الجمهور ، حول ثلاثة مواضيع :

1- التنشئة الاجتماعية: مثلت نظرية (ألبرت باندورا)، في التعلم الاجتماعي Social

learning Theory،¹²⁶ أبرز النظريات، التي اعتمدت في تفسير الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام ، في مجال التنشئة الاجتماعية. درست النظرية ، أثر الشخصية (القدوة)، في تعليم سلوكيات معينة ، واهتمت بالأطفال على وجه الخصوص . نتائج هذه الدراسة، والدراسات الكثيرة ، التي أتت بعدها ، وحذت حذوها، أظهرت بما لا يدع مجالاً للشك، أن المشاهدين ، خصوصاً صغار السن يتعلمون كثيراً من وسائل الإعلام .

¹²⁶ - حسب مقال للمدون محمد الحضيف :وسائل الاعلام والجمهور ، حقيقة التأثير . <http://islamtoday.net/nawafeth>

2 - . **العنف** : احتلت دراسات تأثير العنف (المتلفز)¹²⁷ على الجمهور ، موقعاً متقدماً

في دراسات وبحوث الإعلام . مجمل النتائج التي تم التوصل إليها كانت على النحو التالي:

- أن الجمهور الذي يتعرض لوسائل الإعلام، يتعلم العنف من خلال الملاحظة والمتابعة
- أن الأشخاص يتعلمون ويقلدون العنف الواقعي، وليس الخيالي. أي ذلك النوع من العنف الذي يمكن محاكاته ، وتطبيقه في الحياة اليومية .
- أن تكرار التعرض لمشاهد العنف، يؤدي إلى تبدل الإحساس تجاه الجريمة، والممارسات العنيفة والسلوك الإجرامي بشكل عام .
- أن وسائل الإعلام تعلم الجريمة من خلال عرض الدراما ، التي تتضمن أشكالاً من الجريمة المنظمة . كما أن استمرار التعرض للبرامج الإعلامية ، التي تشتمل على مشاهد عنف وجرائم .. يؤدي إلى الميل لقبولها كأمر واقع، والتسامح معها.

3 - . **الإثارة الجنسية**: موضوع آخر ركزت الدراسات وبحوث الإعلام عليه، تلك

المعنية بتقصي تأثير وسائل الإعلام في الجمهور ، حول مشاهد الإثارة الجنسية. رغم أن المسألة تبدو هنا نسبية تحكمها الثقافة السائدة¹²⁸ فمثلاً: مشاهد التقبيل، وظهور المرأة

127 - نفس المصدر

128 - المدون محمد الحضيف : <http://islamtoday.net/nawafeth> مصدر سابق

بلباس البحر، لا يدخل في تصنيف المشاهد المثيرة جنسياً، في الأدبيات الغربية، التي هي مصدر هذه البحوث والدراسات. نتائج هذه الدراسات، توصلت إلى خلاصة مفادها:

- أن الشخص الذي يستثار جنسياً، من خلال وسائل الإعلام، يصبح أكثر عدوانية.
- التعرض لمشاهد الإثارة الجنسية، يشجع الفرد على الاغتصاب ويؤدي به إلى التسامح مع جرائم الاغتصاب.
- استمرار التعرض للمشاهد الجنسية للذكور ، يؤدي إلى احتقار المرأة ، والنظر إليها كشيء منحط ، وغرض للذة فقط . كما أنه يوّد موقفاً متسامحاً مع الرذيلة.
- إدمان التعرض للبرامج الإعلامية ، ذات المضامين الجنسية ، يخلق وضعاً نفسياً لدى الفرد ، يجعله يميل إلى تفسير سلوك الآخرين على أساس جنسي.

نظرية التأثير الانتقائي في الإعلام:

تتكون هذه النظريات من ثلاث صيغ نظرية متميزة متكاملة نشأت من تعرف علماء الاجتماع المطرد على سلوك الأفراد والمجموعات واستخدمت للمساعدة على فهم كيفية اهتمام الأفراد وتأثرهم بوسائل الإعلام .حيث أن هذه النظريات تحاول إلى حد ما أن تشرح ما يحدث للأشخاص في نطاق الوقت الحالي، وعندما تقدم وسائل الإعلام لجماهيرها أنواعاً معينة من البرامج والمعلومات والأخبار او محتوى معيناً له صفات

خاصة هذه النظريات لم تضع لكي تشرح التأثير بعيد المدى على الأشخاص أو لكي تفسر التأثيرات غير المباشرة لوسائل الإعلام على المجتمع وعلى الثقافة.¹²⁹

وهذه النظريات هي: نظرية الفروق الفردية - نظرية الاختلاف الاجتماعي - ونظرية العلاقات العامة.

نظرية الفروق الفردية

نشأت هذه النظرية من علم الاجتماع النفسي الذي ذهب علماءه إلى دراسة نماذج سلوك الأفراد والمجموعات لمساعدتهم في فهم كيفية اهتمام الناس وتأثرهم بوسائل الإعلام.

فمن الواضح أن الناس يختلفون من خلال الجانب النفسي والاجتماعي، بالرغم من تواجدهم مثلاً في مجتمع واحد، ضمن جماعة واحدة وقد وجد أن الشخصية الفردية تختلف من فرد لآخر مثل اختلاف بصمات الإصابة أو المكونات الوراثية الجينية فبذلك كل فرد يختلف عن الفرد الآخر على مستوى الشعور، اللاشعور، الإدراك، الفهم، السلوك، الأفعال، المعتقدات، القيم و المهارات. فطرحنا هذه النظرية سؤال جوهرية تبحث من خلاله عن الفروق بين الأفراد فكان السؤال متعلق أساساً بطبيعتها البشرية، وجاء على النحو التالي:

¹²⁹ ملفين ديتير، ساندرابول ، ترجمة كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام، ط 5، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، سنة 1992، (ص 283).

هل نرث تركيباتنا الإدراكية الفردية كجزء من تركيباتنا الموروثة، أم أن الأمر يكون على نحو ما نكتسبه كنتيجة العيش في بيئته الاجتماعية؟

فترى هذه النظرية انه "بالرغم من أن جميع البشر يرثون ميراثا بيولوجيا يمدهم بإمكانيات مختلفة للتطور، فان طريقة سلوكهم، يمكن تعديلها بطرق عديدة، لا يمكن حصرها وذلك بسبب ما يتعلمونه من مجتمعهم وثقافتهم ... ولكي نفهم الناس يجب أن نفهم أن كل واحد منهم متميز عن الآخر سيكولوجيا (نفسيا) فلا يوجد شخصان في العالم مرا بتجربة واحدة في عملية التعلم ولهذا يوجد أيضا اثنان ينتهي بهما الأمر إلى أن يكون لكل واحد مهما نفس النماذج الداخلية التي تعلمها عن طريق التكيف إزاء العالم حوله ولهذا نستطيع أن نقول أن الأختلافات الفردية في التركيبية الخاصة بالمعرفة لها جذور في عملية التعلم

نفسها¹³⁰

فكان بذلك "الهدف الرئيسي هو فهم كيف يتشكل سلوك الأفراد من خلال البيئة الاجتماعية نتيجة لعملية التعلم وقد حاول هؤلاء المختصون في هذا الفرع الجديد من علم النفس، اكتشاف كيف تترك الخبرات والتجارب التعليمية المكتسبة من البيئة الاجتماعية تأثيرات مستمرة على الفرد وقد تركزت اهتماماتهم بصفة على كيفية تشكيل البيئة الإدراكية وأنواع

130 - نفس المرجع السابق، (ص 248) و(ص 249).

الاستجابات التي تصدر عن الشخص اتجاه بيئته الخارجية وقد أصبحت سيكولوجية التعلم

في النهاية ذات أهمية أساسية لدراسة آثار وسائل الاتصال الجماهيري¹³¹

بالإضافة إلى ذلك فقد ذهب مفكرو هذه النظرية إلى دراسة سلوكيات الأفراد، افتعالهم

واتجاهاتهم من خلال عملية تأثير وسائل الإعلام عليهم فعرفوا بذلك الاتجاه "على انه

العملية الإدراكية عند الفرد التي تحدد نشاطه الحقيقي أو المحتمل في عالمه الاجتماعي"¹³²

فيعبر الاتجاه عن آراء وتصرفات الفرد اتجاه الرسائل الإعلامية، قصد التأكد من هذه

الآراء، تعديلها أو تغييرها ولكن الفرد لا يعيش لوحده في المجتمع بل انه يعيش مع

الجماعة لذلك فان طبيعة العلاقة بين الاتصال والتغيير مثلا في الاتجاهات مرتبطة

بظروف الجماعة التي يعيش معها، انتماءاتها، عاداتها ومعتقداتها، فإذا كان مضمون

الرسائل الإعلامية قد تلقى قبولا واستجابة من طرف الجماعة فإنها سوف تكون أكثر

فاعلية في التأثير على الفرد وعلى الجماعة وإذا كان مضمون الرسائل الإعلامية لا

يتوافق مع بني الجماعة ومعاييرها فان الفرد يتردد في قبولها.

وتناولت هذه النظرية أربع قواعد أساسية تفسر من خلالها اتجاهات و سلوكيات وتصرفات

الأفراد الذين يتأثرون بمضمون وسائل الإعلام .

¹³¹ نفس المرجع السابق، ص 248-249.

¹³² د. مختار محمد وفؤاد أبو الحكيم، وسائل الاعلام والاتصال التقليدية، دورها في المجتمع الريفي، وسائل الاعلام واثرها في المجتمع العربي المعاصر، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1992، ص 256.

وهذه القواعد هي: مبدأ الاهتمام الانتقائي، مبدأ الإدراك الانتقائي، مبدأ التذكر الانتقائي و مبدأ التصرف الانتقائي.

أ- مبدأ الاهتمام الانتقائي:

أولاً: "إن الاختلافات الفردية في هيكل المعرفة تؤدي إلى نماذج مميزة من الاهتمام بالمضمون الإعلامي كما أن مجتمعاتنا الإعلامية مشبعة بالرسائل المتنافسة لدرجة أن الناس قد لا يستطيعون الاهتمام بكل شيء يوجه لهم، بل انه إذا حاولوا ذلك فسيعانون غالباً حملاً زائداً في الحال ولتجنب ذلك يصل الناس إلى الحالة من المرشحات العقلية تضيء كميات كبيرة من المعلومات وينحصر اهتمامهم في مجرد جزء محدود مما هو متاح يومياً"¹³³ فالأفراد يهتمون بالمضامين التي يحبونها أو يرغبون فيها ويعزلون المضامين التي لا يهتمون بها أو التي يكون اهتمامهم بها بسيطاً.

ثانياً: إن انتماء الفرد لفئة اجتماعية معينة يؤثر في عملية اهتمامه برسائل إعلامية معينة فمثلاً أهل الريف وأهل الحضر تختلف اهتماماتهم بالرسائل الإعلامية لانتماءاتهم لفئات اجتماعية مختلفة، لهم أنماط سلوكية مختلفة ويبرزون اختلافات في الاهتمام بمضامين وسائل الإعلام الجماهيرية.

¹³³ ملفين ديتير ساندربول وكيتش، كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الاعلام، ط 5، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، سنة 1992، ص 277.

ثالثاً: إن الأفراد الذين لهم علاقات اجتماعية مع الآخرين يهتمون بالمضامين التي يعلمون أن لها أهمية بالنسبة لأصدقائهم جيرانهم أو عائلاتهم أكثر من اهتمامهم بالموضوعات التي ليس صلة باهتماماتهم.

فمن هذا نلاحظ أن نماذج الصداقة مثلا تعتبر مؤثرات على الفرد في توجيه اهتماماته نحو القراءة أو المشاهدة أو الاستماع.

ب- مبدأ الإدراك الانتقائي:

إن الفوارق الموجودة بين الناس والمتمثلة بالاهتمامات الفهم والمعرفة ... تؤدي الى الاختلافات في عملية إدراك الرسائل الإعلامية الواحدة.

"ويرمز الإدراك إلى النشاط النفسي الذي ينظم الأفراد من خلاله التفسيرات ذات المعنى للمؤثرات أو المنبهات المسببة التي يستقبلونها من بينهم، وتدفع التغييرات في هيكل المعرفة، الأفراد إلى تجميع نماذج مختلفة لمعنى وتفسير أي نموذج معين للمؤثرات أو المنبهات كعرض إعلامي مثلا"¹³⁴

¹³⁴ نفس المرجع السابق، ص 278.

"وهكذا فان قاعدة الإدراك الانتقائي هي أن من لديهم نفسية متميزة وتوجيهات سلوكية خاصة بفئات محددة، وانتماءات إلى شبكة اجتماعية سيفسرون نفس المضمون الإعلامي

بأساليب مختلفة"¹³⁵

ج- مبدأ التذكر الانتقائي:

إن هذا المبدأ له علاقة بالذاكرة والتذكر فهناك أنواع كبيرة ومعينة من الرسائل الإعلامية تقدم لأنواع معينة من الأفراد ويتم تذكرها بسرعة لوقت قصير أو لوقت طويل وهذا كذلك له علاقة بالانتماءات الفئوية والبنى المعرفية والروابط الاجتماعية حيث هنالك مواضيع يتم تذكرها لوقت طويل وهنالك مواضيع يتم نسيانها بسرعة حسب المتغيرات الاجتماعية النفسية التي تتدخل في هذه العملية.

د- مبدأ التصرف الانتقائي:

إن الأفراد في المجتمع الواحد لا يتصرفون بنفس الطريقة أو نفس الأسلوب، عند تعرضهم لرسالة إعلامية معينة والتصرف هو الحلقة الأخيرة في السلسلة التي يسير وفقها الفرد، فالفرد يهتم بالرسالة، يدركها، يتذكرها، ثم يتصرف وفق هذه السلسلة المعرفية ووفق متغيرات أخرى تحدد كذلك نوعية التصرف وطبيعته.

وعليه تقوم هذه النظرية على:

¹³⁵ نفس المرجع السابق، ص 279.

- تقدم وسائل الإعلام الجماهيرية الرسائل الإعلامية إلى أفراد المجتمع الذين يلتقطونها ويستقبلونها ويؤولونها بصفة انتقائية.

- أصل هذا الانتقاء هو الاختلاف الموجود لدى الأفراد على مستوى الفهم والإدراك والوعي.

- إن الاختلاف في الإدراك يحدث بسبب أن لكل فرد تنظيماً خاصاً به من المعتقدات القيم والحاجات والخبرات التي اكتسبها عن طريق التعلم حتى أصبحت سيكولوجية التعلم في النهاية ذات أهمية أساسية لدارسي آثار وسائل الاتصال الجماهيري، وقد كانت وسائل الإعلام وسيلة تم من خلالها نقل وسائل الاتصال الجماهيري، وقد كانت وسائل الإعلام وسيلة تم من خلالها نقل الأفكار إلى عدد هائل من الناس الذين صاروا جمهوراً لها وكان يبدو من الواضح أن هذه الأفكار سوف تحدث مجموعة من التغيرات في التركيبة السيكولوجية (البنية الإدراكية) لهؤلاء المتلقين للرسائل الإعلامية ومن المحتمل أن هذا التعلم قد غير بدوره سلوك هؤلاء الجماهير.¹³⁶

نستنتج بذلك أن تأثير وسائل الإعلام غير مباشرة غير قوي بل أن تأثيرها انتقائية محدودة بفعل الفروق السيكولوجية للأفراد.

¹³⁶ نفس المرجع، ص 249.

نظرية الفروق الاجتماعية

لقد وسعت هذه النظرية دائرة الاختلافات الموجودة بين الأشخاص في المجتمع ووضحت "إن الناس في المجتمعات الصناعية الحديثة ليسوا قوالب واحدة وأنهم ليسوا متشابهين، بل انه بالإمكان ترتيبهم في تصنيفات اجتماعية محددة على الرغم من اشتراكهم في بعض الملامح مثل الطبقة الاجتماعية والدين، الهوية والعنصرية أو الطائفية ومكان الإقامة في الريف أو المدينة ... الخ"¹³⁷

فذهبت هذه النظرية إلى دراسة الفئات الاجتماعية فوجدت أن الأفراد الموجودين في مواقع مختلفة من البناء الاجتماعي، يتصرفون بطريقة مختلفة اتجاه المواقف التي تواجههم في حياتهم فهي ترى انه لا يمكن أن نميز الناس أو الأفراد إلى ذكر أو أنثى، ريفي أو حضري، صغير أو كبير لان هذا التقسيم يتم على مستوى الفرد وليس على مستوى الجماعة أو الفئة فهي تأخذ بعين الاعتبار الكل الكثير، وليس الجزء القليل لذا يجب تقسيم الأفراد إلى فئات اجتماعية على أساس صفات مشتركة معينة بينهم مثل انتمائهم إلى ديانة واحدة توجه سياسي معين، المهنة، التعليم ...

أما فيما يخص علاقة الأفراد بوسائل الإعلام، فترى هذه النظرية "إن جماهير القراء والمستمعين المنتمين لفئات اجتماعية مميزة كانوا على الأرجح ينتقون مضمونا مختلفا من وسائل الإعلام ويفسرون نفس الرسالة بطرق مختلفة عن طريق الفئات الاجتماعية

¹³⁷ نفس المرجع السابق، ص 253 - 259.

الأخرى، ويتذكرون الرسائل بطريقة انتقائية ويتصرفون بطريقة مختلفة تماما كنتيجة

لعرضها...¹³⁸

وتقوم هذه النظرية على النقاط التالية:

- تقدم وسائل الإعلام المعلومات أو الرسائل إلى أفراد المجتمع، الذين يتلقونها بصفة انتقائية.

- أصل وأساس هذا الانتقاء يرجع إلى موقع الفرد في البناء الاجتماعي، أي إلى الفئة التي ينتمي إليها.

- يتكون البناء الاجتماعي من الفئات الاجتماعية المختلفة التي تتحدد بالمستوى التعليمي أو المهنة.

وبذلك نستنتج أن تأثير وسائل الإعلام غير مباشرة، بل يتم التقاط الرموز والرسائل الإعلامية بطريقة انتقائية، التي تتحدد بالانتماءات إلى الفئات الاجتماعية المهينة.

نظرية العلاقات الاجتماعية

ذهب هذا التيار من النظريات الاختيارية إلى دراسة الجماعات الأولية والثانوية، ووجد انصار هذه النظرية¹³⁹ أن للجماعات الثانوية دور في عملية انتقاء الرسائل الإعلامية لان العلاقات في هذه التركيبية الاجتماعية، مبنية أساسا على العلاقات الاجتماعية.

¹³⁸ نفس المرجع السابق، ص 265 - 266.

فترى هذه النظرية ما يلي:

- تقدم وسائل الإعلام الرسائل الإعلامية إلى الأفراد الذين يتلقونها بصفة انتقائية.
 - أساس هذا الانتقاء هو دور العلاقات الاجتماعية فيما بين الجماعات.
 - وتأثير وسائل الإعلام على الفرد يتحدد بدور الجماعة الثانوية التي ينتمي إليها هذا الفرد أو التي له علاقة معها.
- فبذلك أنماط الانتباه لوسائل الإعلام والاستجابة إليها تعكس دلالات العلاقات الاجتماعية.

أهمية نظريات التأثير الانتقائي في ميدان الإعلام

"من الواضح أن نظرية الفروق الفردية ونظرية التنوع الاجتماعي ترتبطان بصفة خاصة بعامل (لمن؟) وفي هذا المجال، فهما ليستا نظريتان شاملتان أو جامعتان لعملية الاتصال الجماهيري ككل ورغم ذلك فهما تضيفان عناصر هامة لفهمنا لكيفية إجراء البحث حول وسائل الإعلام ...

¹³⁹ نظريات التأثير الانتقائي في الاعلام : <http://ensanyat.com> زيارة الموقع في مارس 2011

خلاصة

إن تطور نظريات الاختلاف الفردي، والتباين الاجتماعي، أعطت الباحثين في الجامعات وفي الصناعات المتعلقة بوسائل الإعلام مؤثرات واضحة على الأقل لبعض العوامل التي يجب وضعها في الاعتبار عند تطوير نظريات أخرى أساسية أكثر شمولاً.

وعند تخطيط استراتيجيات فعالة للاستخدامات العملية لوسائل الإعلام لاستغلال سلوك المشاهدين.

ورغم ذلك فإن الصيغتين اللتين تم استعراضهما لم تعطيا صورة كاملة عن أساس السلوك الانتقائي بين جمهور وسائل الإعلام أن كل نظرية تصبح وتبقى هامة بحكم ذاتها، ولكن يبرر اعتبار ثالث كنتيجة تالية في الغالب هذا الاعتبار هو العلاقة الاجتماعية بين أفراد الجمهور أن اكتشاف ارتباط الناس والأصدقاء وزملاء العمل وغير ذلك، بما يمكن أن يكون لذلك تأثيرات قوية على السلوك المترتب على الإعلام الجماهيري"

الفصل الثالث

المرأة و الاعلام

مكانة المرأة في المجتمع الجزائري

تمهيد

1 - واقع المرأة الجزائرية بين ازدواجية النصوص و التطبيق

2 صورة المرأة من خلال الموروثات الشعبية

أ - صورة المرأة عند الرجل ، ب - صورة المرأة عند الحضر

ج - صورة المرأة في منطقة القبائل ، د - صورة المرأة في منطقة وادي ميزاب

3 - صورة المرأة في وسائل الاعلام

أ - في الصحافة المكتوبة ، ب - في الاذاعة

ج - في التلفزيون ، د - في السينما ، ه - في الإعلان ، و - صورة المرأة في الكاريكاتير .

4 - البرامج التلفزيونية التي تعنى بالمرأة

أ - البرامج التربوية . ب - البرامج الترفيهية

خلاصة

مكانة المرأة في المجتمع

تمهيد:

توصلت إحدى الدراسات¹⁴⁰ قامت بها منظمة المرأة العربية، أن الفتاة تولد تحت خيمة الرضا بقضاء الله وقدره عند الإطراف الرئيسية الثلاثة:

الأب: يفقد بقدمها بعضاً من النشوة و الاعتزاز بإنجاب الذكر، وان حاول وتمكن من السيطرة على مشاعره فقد يبذلها بالعطف أو التعاطف معها.

الأم: ينتابها شعوراً بالتقصير يرافقه أحساساً بفقدان راسية من رواسي الثبات العائلي كما يتصوره البعض *

الأخوة: يستقبلون القادمة الجديدة بالخوف والغيرة و ربما بالبهجة بوصول اللعبة الجديدة أو بانتظار أم ثانية لخدمتهم وهي فرصة أخرى لممارسة سلطتهم الذكورية

مخلفات اجتماعية وثقافية تراكمت تفاصيلها عبر قرون كثيرة لتقرز هذا الإرث الاجتماعي والثقافي الذي يحرك اتجاهات المجتمع ويؤطره نحو النساء. فهل تحتاج هذه المؤسسات إلى إصلاح جدي يضمن لها الحد الأدنى من التعامل السوي مع قضايا المرأة في المجتمع للحد من ممارسات الإعلام في تسليع وتشبيء المرأة لتحقيق أرباح تجارية؟ أم أن المجتمع هو الذي في حاجة للإصلاح من خلال مشروع اجتماعي يقود في نهاية المطاف إلى إحداث تطور اجتماعي وثقافي تتلاشى من خلاله الاتجاهات السلبية نحو المرأة؟

تصويب أو تصحيح صورة المرأة في الإعلام هي عملية متعددة الجوانب والأبعاد وبالتالي فهي متعددة الحلول والطروحات، إن ما وصلت إليه صورة المرأة في وسائل الإعلام في الوقت الراهن لا يعكس مسيرة تقدم المرأة عبر الآليات الاجتماعية بمختلف

¹⁴⁰ - ناهد رمزي: المرأة و الاعلام في عالم متغير، الدار المصرية اللبنانية الطبعة الاولى، القاهرة 2001 (ص

أنواعها. فضلا عن ذلك، تغفل التنوع الثقافي والاجتماعي الذي يقترن بمعاش المرأة عبر جميع المناحي الاجتماعية، النفسية و الاقتصادية. خلصت مجمل البحوث والدراسات العربية التي تناولت صورة المرأة في الإعلام رصدتها هيئتان هما (مركز كوثر للدراسات حول المرأة واليونيفام منظمة المرأة العربية)¹⁴¹ إن عدد البحوث والمقالات التي اهتمت بالموضوع، انحصرت في 25 بحثا و30 مقالا وردت فيها كلمة سلبية:214 مرة أي بنسبة 79 % مقابل 21 % اعتبرت أن الصورة ايجابية وان المرأة قادرة على القيادة و المشاركة في الشأن العام وأنها مناضلة ومتفوقة وعاملة متفانية وغيرها من الصفات الايجابية. التي لا نراها في وسائل الإعلام بالقدر الكافي فالمرأة العربية ناجحة في الواقع ،محبطة في التلفزيون وعادة ما تظهر مكسورة ومثيرة للشفقة في الدراما العربية تؤكد اوكتافيا نصر*

وترى بثينة ناصر * إن على النساء أن يصبحن منتجات لعناصر الإعلام إلى جانب دورهن كمستهلكات وذلك من اجل تغيير صورتهم.

موجات الحرية و الديمقراطية التي شهدتها العالم في السبعينيات و بتعزيز من التيارات السياسية المناهضة للاستغلال و المنادية بحقوق الإنسان، رجحت كفة النقاش في المحافل المحلية والدولية لصالح حقوق المرأة. منطلقات ايدولوجية واجتماعية وسياسية تبنت قضية المرأة عبر عدة مستويات، مما أضفى عليها طابع التبني من جميع التيارات الفكرية والأكاديمية التي تعتمد مبدأ المساواة وتكافؤ الفرص في الحياة.كما أوكلت مهمة حقوق المرأة إلى وسائل الإعلام كسبيل لترقيتها والتحسيس بمشكلاتها قصد تجاوز فكرة إعادة الإنتاج الاجتماعي للبنني التقليدية التي لم تعد تستجيب للتوجهات الراهنة.¹⁴²

¹⁴¹ - الاعلام العربي من منظور النوع الاجتماعي ، دراسات حول المرأة العربية ووسائل الاعلام بين سنتي (1995 - 2005) عن منظمة المرأة العربية بالتعاون مع مركز كوثر للدراسات .2006
¹⁴² ناهد رمزي في المرأة و الاعلام مرجع سابق (ص169)

لقد كان إطلاق الأمم المتحدة " للعقد العالمي للمرأة " في عام 1975 إشارة مهمة في تعامل المنظمة الدولية مع أوضاع النساء في العالم في قطاعات متنوعة يعد القطاع الإعلامي أبرزها، وفي سنة 1981 اتخذت الأمم المتحدة خطوات أخرى نحو تكريس الاهتمام بدور المرأة من خلال تبني اتفاقية منع كل أشكال التمييز ضد المرأة ووقع على هذه الاتفاقية ثلثي الدول الأعضاء في الأمم المتحدة من بينها الجزائر.

ويشير البند الخامس من الاتفاقية إلى مشكلة تمييز صورة المرأة في وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية¹⁴³ فكان بداية حوار الشمال و الجنوب عن طريق المرأة التي دافعت بقوة عن مكانتها برغبة جامحة للخروج من القهر الاجتماعي.

فأصبح الاهتمام بدور المرأة من بين الحقوق المكتسبة لممارسة حريتها وسلطانها والخوف من العودة إلى عهود بائدة، تشجعها بعض التيارات الأصولية عبر مختلف التوجهات الفكرية والدينية.

وعليه فإن إشكالية هذا الفصل تتمحور حول صورة المرأة في المجتمع الجزائري كيف ينظر إليها وكيف تبدو من خلال وسائل إعلامه؟ و هل دور وسائل الاعلام يتمثل في تغيير صورة المرأة ام تكريس صورتها النمطية؟

الحديث عن المرأة و مكانتها في المجتمع لا يكون بمعزل عن الموروثات الثقافية والشعبية والتي هي في الحقيقة تراكمات وارهاسات اجتماعية تشكل المخيال الجمعي¹⁴⁴

¹⁴³ انظر مداخلات الندوة الثالثة والرابعة للجنة المرأة والطفولة حول المرأة المغاربية والاعلام فيفري - جويلية 2007.

¹⁴⁴ -فضة عباسي بصلي: المرأة الجزائرية و تطور الاعلام، من موضوع كتابة الى مساهمة في بناء الرسالة الاعلامية جامعة عنابة

1 - صورة المرأة في الموروث الشعبي الجزائري :

ورد في الأمثال الشعبية الجزائرية¹⁴⁵ ان : "المرأة كالفستان القديم دائما تحتاج إلى ترفيع"،
المرأة شعر طويل وعقل قصير، " المرأة مثل الأفعى جلدها أملس ولسعتها قاتلة وغيرها
من الأمثال التي لا يتسع المجال لذكرها ، هي نماذج من تراث أدب الأمثال الشعبي،
توارثته الأجيال فشكل بذلك جانبا من تصوير المرأة و تتميظها في المخيال الجمعي بكل
تراكماتها فضلا عن استغلال عناصر متطرفة باسم الدين جهل السواد الأعظم من
الجزائريين لتسويق مقولات سلبية مثل:

" النساء ناقصات عقل ودين" "المرأة خلقت من ضلع اعوج " "الرجال قوامون على
النساء " "صوت المرأة عورة"

وتتناقل الموروثات الشعبية صورة المرأة في المجتمع حسب البيئة الجغرافية و الوسط
الاجتماعي ، و يقسم ، الشيخ الصوالح محمد ولد معمر¹⁴⁶ "النساء في الجزائر حسب البيئة
التي ينتمين إليها ، واصفا مكانتها في مراحل معينة من تاريخ الجزائر و كان ذلك عند:
الرحالة ، الحضر ،منطقة القبائل و منطقة بني مزاب" .

أ - صورة المرأة عند البدو الرحل يقول الشيخ الصوالح محمد ولد معمر¹⁴⁷ ان
المرأة عند البدو الرحل كانت تعمل كثيرا داخل خيمتها حيث تنهض باكرا وتقوم بعملية
الحلب ثم تطلق قطعان الماشية للرعي وتحضر الماء وتجمع الحطب على ظهرها
إن كان زوجها فقيرا أو تستعمل الحمار إن كان زوجها ميسور الحال كما تقوم بالطهي
ونسج الألبسة لأفراد أسرتها و نظرا لكثرة الأشغال التي تقوم بها فإن الرحل كانوا
يتزوجون بأكثر من امرأة .

¹⁴⁵ - صورة المرأة في الامثال الشعبية ، مدونة الاتحاد : <http://www.ithad.org/nod/387> زيارة الموقع في

فبراير 2011

¹⁴⁶ - حسب فضة عباسي هو :الشيخ الصوالح محمد ولد معمر في :القسم المرتفع للقارئ المنتفع (باللغة الدارجة من

افواه المسلمين خارجة من بلاد الجزائر الفارجة) ،نشرات لاتيلويتو و كاربونل ط الثانية ، الجزائر 1947

¹⁴⁷ - نفس المرجع لفضة عباس بصلي سبق ذكره .

ب - صورة المرأة عند الحضر : مقارنة بالمرأة عند الرجل فإن المرأة الحضرية مدللة نوعا ما فهي لا تتعب كثيرا ، حيث تبقى في البيت ويحضر الزوج كل ما تحتاجه من ملابس ومأكل وحطب وفحم ويقاس دورها بالوضع المادي للزوج فإذا كان ميسورا فأشغال المنزل تسند للخدم و إذا سمحت الظروف تقوم هي بالخياطة والتطريز أما إذا كان غير ذلك فهي تقوم بالحياكة والطرز من اجل البيع والاسترزاق وكان خروج المرأة عند الحضر أما للتوجه للحمام أو زيارة المقابر. وتعد المرأة عند الحضر مكلفة من حيث اقتنائها للمصوغات والألبسة الجميلة والأكلات اللذيذة لذا قليل من الرجال من يفكر في تعدد الزوجات .

ج - صورة المرأة في منطقة القبائل : تختلف حالة المرأة عند هؤلاء عما هي عليه عند البدو الرجل والحضر فهي تبقى في بيت والدها مادامت عازية وان تزوجت في عائلة فقيرة فتتولى بنفسها القيام بأعمال كثيرة لكثرة أفراد هذه الأخيرة مع نقص المئونة وبرودة الطقس وعند طلاق المرأة لا يمكن تزويجها ثانية إلا إذا أذن لها طليقها كما يحق له أن يبقيها بدون زواج .في حالة وفاة والدها أو زوجها فهي لا تترث وتوجد بعض المد اشر التي تمنع فيها مرافقة الزوجة لزوجها عند السفر .

د - صورة المرأة في منطقة بني مزاب : لا تختلف كثيرا عن المرأة في منطقة القبائل فهي لا تغادر مع زوجها عند ترحاله من اجل التجارة (البيع والشراء) وغالبا ما يعود بعد عامين أو خمسة أعوام أو أكثر * و إذا رغب احدهم أن ترافقه زوجته فعليه بطلب الإذن من العزابة* كما أن المرأة لا يمكنها الخروج في غياب زوجها وعند زيارة جاراتها يتم ذلك برفقة احد أفراد الأسرة تقوم المرأة عند بني مزاب بالحلب والطهي وتلوين الصوف وحياتها وترث من والدها وزوجها وأخيها إذ لم يكن لديه أولاد ذكور.

1 - واقع المرأة بين ازدواجية النصوص و التطبيق

اوردت شبكة (س ن ن) الأمريكية في إحدى تقاريرها الإخبارية¹⁴⁸ أن نساء كثيرات نشأن في قرى ومدن في العديد من الدول العربية ,لم يغبن عن صناديق الاقتراع للتصويت ,لأنهن يعتقدن أن حق التصويت في الانتخابات هو الحق الوحيد الذي تملكه المرأة هنا.

غير ان الجزائر من خلال الاصلاحات السياسية الأخيرة¹⁴⁹ تراهن على المرأة في إحداث التوازن داخل المجتمع والنهوض بسلوك المواطنة وترسيخ ثقافة الديمقراطية و التسامح في الناشئة من خلال ترقية المرأة وتمكينها على ضوء الإصلاحات التي اقراها المشرع الجزائري في مجال حقوق المرأة ففضلا عن توسيع مشاركتها السياسية وهي مشاركة قياسية بالنظر الىما كان معمولاً به في السابق ، أصبحت الجزائرية من حقها تزويج نفسها ومن حقها الاحتفاظ بالسكن العائلي في حالة حدوث الطلاق أيضا تستطيع منح الجنسية الجزائرية لأبنائها في حالة الزواج المختلط اما بقية حقوقها المتعلقة بحقها في التصويت و الصحة والتعليم والعمل والأمومة - والتقاعد فهي حقوق كفلها الدستور وهي مكاسب ثمنتها " فري دوم هاوس الأمريكية " ¹⁵⁰

فكان ترتيب الجزائر الثالث بعد التونسيات والمغربيات من حيث التمتع بالحريات، إلا أن التقرير لم يتغاضى عن ذكر ازدواجية النص والتطبيق على ارض الواقع إذ يبدو من الصعب تجسيد هذه القوانين. في مجتمع يتمسك بطابعه الذكوري الأبويمنظومة

¹⁴⁸ اوكتافيا نصر في : المرأة العربية .. ناجحة في الواقع ،محبطة على التلفزيون مقال ورد في الموقع الالكتروني ، <http://www.balagh.com> ، 17- 03 - 2011.

¹⁴⁹ - المرأة الجزائرية ... واقع ومعطيات ،الوزارة المنتدبة المكلفة بقضايا المرأة و الاسرة ، برامج التنمية 2004 - 2009 (ص 51)

¹⁵⁰ - علبي مغازي : حقوق المرأة في الجزائر اشكالية النص و التطبيق مقال ورد في الموقع الالكتروني <http://zwayamagharibia.com>:2011

التسلط السياسية والاجتماعية والثقافية التي نشأ عليها الأفراد منذ العهد الاستعماري الذي انتهج سياسة طمس المعالم والتجهيل. لتتسع الفجوة إلى حد الإقصاء الممنهج والممارس ضد المرأة من طرف أبناء جلدتها إذ يكفي أن نستعرض صورتها في الأدب الشعبي من خلال بعض الأمثال الشعبية لتتوضح الصورة*.

3 - صورة المرأة في وسائل الإعلام المختلفة:

صورة المرأة في الصحافة المكتوبة : يأتي على رأس المنابر الإعلامية تاريخيا الصحف ثم المجالات فالكلمة المكتوبة كانت ولا زالت من الوسائل الإعلامية المهمة في نشر الأفكار والآراء والمعلومات والتأثير على جمهور القراء إلا أنها للأسف عندما يتعلق الأمر بالمرأة فنجدها تركز على جوانب سطحية مقارنة بالقضايا الجوهرية التي تهم المرأة فتهتم بالمرأة الشابة و الجميلة وبأناقته بالدرجة الأولى ،تليها المرأة التي تقدم تضحية سواء للزوج أو الأسرة¹⁵¹ بعدها المرأة العاملة تليها الناشطة في المجتمع المدني والمهتمة بالقضايا العامة أما فيما يخص دور المرأة ومشاركتها الاجتماعية والسياسية فقليلة جدا * إذ تنحصر في تقارير إخبارية دونما تحليل أو تعمق، مع التركيز على مشكلات النساء القاطنات بالمدن والمناطق الحضرية ومحدودية تناول نساء الريف والقرى عموما. كما أن النساء القياديات يحظين بالاهتمام من خلال المقابلات وتتبع نشاطهن. فإذا تناولنا الحالة الجزائرية نجد أن الجزائر خصصت من اليوميات أو الصحف لكل 1000 نسمة 244 صحيفة * وسواء كانت صحف مستقلة أو حكومية فإن تناولها لقضايا المرأة يبقى محدود جدا فمساحات صغيرة فقط تخصص للحديث عن المرأة وغالبا ما تكون قضايا اجتماعية تتعلق بالمشاكل الأسرية كالطلاق حيث تناولت العديد من الصحف الجزائرية حصاد العام ألفين وإحدى عشر بتقديم أرقام مخيفة

¹⁵¹ - ناهد رمزي المرأة و الاعلام في عالم متغير مرجع سابق (ص 179)

عن عدد حالات الطلاق الذي وصل حسب جريدة الشروق¹⁵² إلى أكثر من إحدى عشر ألف حالة في سنة واحدة، 2010 إلى 2011 منها 2000 حالة خلع دون الإشارة إلى الدوافع والأسباب * فضلا عن تقديم رقم آخر لحصيلة النساء ضحايا العنف الأسري* (أكثر من 7000 حالة عنف ضد النساء حصيلة 2010)*¹⁵³ إضافة إلى الحديث عن الشبكات الإجرامية التي تنتزعها النساء في ظاهرة جديدة للجريمة المنظمة. صورة قاتمة لم تستطيع الروتوشات أو الإصلاحات السياسية الأخيرة التي شملت المرأة أن تخفف من حدتها. وعند الوقوف الجاد لما تنتشره الصحف اليومية نلاحظ غياب تناول قضايا مهمة وحساسة كذلك التي تعكس تطور المرأة وانجازاتها وإسهام المرأة في التنمية , أيضا المرأة الريفية واهتماماتها ومشاكلها فضلا عن آفة الأمية التي تهدد المجتمع خصوصا في المناطق النائية , فعادة ما يتم التركيز على المرأة الحضرية واهتماماتها العصرية من موضة وتجميل خصوصا بعد انتشار عمليات التجميل .ووسائل العناية بالجسم والبشرة . كبرامج التخسيس وشطف الدهون ... الخ.

أما الصحف النسائية وان وجدت فهي قليلة جدا ولا تستمر كثيرا الصدور منها حواء التي توقفت لتفسح المجال إلى مجلة دزيريات وهو نوع من الصحف تموله صفحات الإشهار وتتحكم في محتوياته كذلك. الاعتماد على عارضات الأزياء والمطربات والرقصات في تسويق هذه الصفحات وبالتالي توجيه المرأة نحو ثقافة الاستهلاك رغم أن القائمون عليها هن من جنس حواء. لا يخدم صورة المرأة الجزائرية ولا يضيف لها شيئا إيجابيا .

صورة المرأة كما تقدم في المادة الإذاعية : حسب احد التقارير أعدتها منظمة اليونسكو حول تطوير الإعلام في البلاد العربية يشير إلى أن الإذاعة الصوتية دخلت البلاد العربية

¹⁵²- جريدة الشروق الجزائرية العدد 3248 الصادر في 30 / 03 / 2011

¹⁵³ - جريدة الشروق الجزائرية مصدر سابق العدد 3248

في عشرينات القرن الماضي، حيث دخلت إلى الجزائر 1956 متأخرة عن بقية البلدان العربية¹⁵⁴ بسبب وجودها تحت وطأة المستعمر الغاشم لكن بعد الاستقلال طورت الجزائر محطات البث الإذاعي بحيث أصبحت تخصص لكل 1000 نسمة 238 جهاز استقبال إذاعي* وعن تناولها لبرامج المرأة فهي لا تختلف كثيرا عما يقدم في وسائل الإعلام المتبقية فبنسب مختلفة تقدم برامج تثقيفية و تعليمية موجهة للمرأة من اجل تنمية قدراتها أو إمدادها بالمعلومات الجادة في الإذاعات المتخصصة كالإذاعة الثقافية و إذاعة القرآن الكريم. أما باقي القنوات والممتدة عبر 48 ولاية ب معدل قناة إذاعية لكل ولاية فإن المادة الإعلامية المقدمة للمرأة وعن المرأة عبر الأثير تركز هي الأخرى صورة المرأة الضعيفة، الباحثة عن الرجل الذي يقف إلى جانبها وهي حائرة لا تستطيع اتخاذ القرار المناسب، فهي لم تتخلص من الصورة النمطية السائدة ما جعل اهتمام الباحثين والمختصين يتزايد بالدعوة للتغيير أحرها كان ملتقى من تنظيم المنظمة الإسلامية للتربية والثقافة والعلوم (الاييسيسكو) بالتعاون مع اليونسكو ومشاركة الجزائر تونس والمغرب وموريتانيا دعوا القائمون بالحقل الإعلامي الإذاعي وخاصة النساء إلى أهمية اعتماد منهج علمي مهني لتغيير الصورة النمطية عن المرأة في البرامج الإذاعية.

صورة المرأة في التلفزيون :

يعد التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر فعالية بالنظر إلى قوة تأثيره على المتلقي وهي وسيلة اتصالية تتمتع بعامل الجذب للجمهور تؤثر في تشكيل الرأي العام وتساعد على تمضية الوقت بحيث أصبح من الصعب الاستغناء عنها أو التقليل من الإقبال عليها. في ظل تنامي ظاهرة الفضائيات. وما تحمله من مضامين ورسائل .

¹⁵⁴ - صورة المرأة المغربية في البرامج الإذاعية، و العمل على تغييرها نحو الافضل . المنظمة الإسلامية للعلوم و التربية و الثقافة بالتعاون مع اليونسكو تونس اكتوبر 2010

وعليه فإنه من الأهمية أن يناط بالتلفزيون دور كبير للتوعية بقضايا المرأة من خلال سياسة إعلامية جديدة تسعى إلى تفسير الصورة والأنماط التقليدية للمرأة التي تعكسها المسلسلات التلفزيونية وتظهر فيها المرأة مغلوبة على أمرها: "الأم المسكينة أو الزوجة المتسلطة التي تهتم بالمظاهر و الجوانب المادية والزواج المصلي وإهمال دورها الايجابي في الحياة والنهوض بوضعها وتعزيز مكانتها على مستوى الأسرة والمجتمع وتوضيح الدور الإنتاجي وقدرتها على الإسهام في عملية التنمية"¹⁵⁵ وهو ما تغفله البرامج والأعمال التلفزيونية خاصة الدرامية منها والتي استحوذت في السنوات الأخيرة على مجال المشاهدة من قبل الجنسين وتحظى المرأة بحصة الأسد من حيث المتابعة للدرامة السورية والمسلسلات التركية المدبلجة لهجة الشامية وقبلها كانت للمسلسلات المصرية والمكسيكية وقعا كبيرا في نفوس المشاهدين اللائي يلجان لمثل هذه الأعمال لإشباع حاجاتهم والتنفيس عن ما يعانونه من إرهابات وضغوطات اجتماعية في محاولة للهروب قليلا من الواقع المعاش.*

صورة المرأة في الإعلان يعتبر الاعلان او الاشهار من أهم مصادر التمويل للعديد من القنوات التلفزيونية فالإعلان والدعاية وان اعتبرا علم تقوده مدارس عالمية عريقة فهو يقع تحت طائلة فلسفة الاستهلاك المادي والفكري والربح التجاري، ومما لا شك فيه أن للإعلان تأثير كبير على أفكار وسلوكيات الأفراد في حياتهم اليومية فهو يعزز روح التملك والاستهلاك عند الإنسان ويثير شهيته و شهوته تجاه ما يعرض من سلع وأفكار ويدغدغ مشاعره وغرائزه* ويعتمد الإعلان خاصة المرئي على عناصر أساسية أهمها المرأة فتستخدم في شكلها وجسدها¹⁵⁶ للترويج للإعلان المرغوب فيه ويصل هذا الاستخدام في بعض الأحيان إلى درجة الإثارة الجسدية وبالتالي يكرسون في ذهن

¹⁵⁵ - ناهد رمزي: المرأة و الاعلام في عالم متغير مرجع سابق(ص 174)

* المصدر سميرة بلغيشية : الدراما التلفزيونية وجمهور النساء الماكثات في البيت الجزائر 2010

¹⁵⁶ - ماريو انور: المرأة في الإعلام و الإعلان ، مقالة الكترونية وردت في 15- 9 - 2005

Marioanwar 36@hotmail.com

المشاهد **الحالة النمطية** عن المرأة على أنها جسد للاستهلاك ويتبناها لاحقا لتصبح حالة تعميمية بدل أن تكون حالة شاذة. من جانب آخر تتبنى المرأة هذه الصورة السلبية وتعتبرها نموذجا يحتذى به فضلا عن أن ثقافة الاستهلاك التي تكتسبها فهي تحاول تقليد من تراها في الإعلان (انظر نتائج الاستمارة الخاصة بالبحث .

صورة المرأة كما تقدم في السينما : تتناول الاعمال السنمائية صورة المرأة بأسلوب سطحي وبسيط إلى درجة المبالغة¹⁵⁷ وبشكل يخلو من العمق الدرامي في صورة لا تعبر إلا عن فئة من النساء غافلة الأنماط الأخرى من النساء ذوات الشخصيات الايجابية فتقدم المرأة في دور سلبي أو في دور الخضوع وقبول القهر , أو تبدو متورطة في أعمال غير شريفة دون التعمق في الأسباب التي دفعتها إلى ذلك وتضيف ناهد رمزي أن هناك دراسة مصرية تناولت 410 أفلام سينمائية تضمنت ما يقرب من 460 شخصية نسائية احتلت أدوارا اجتماعية متعددة و مستويات اجتماعية واقتصادية متباينة إلا أن على الرغم من هذا فإن المرأة ظهرت من خلالها في دورها التقليدي أو الأنثوي حيث صورت ك مخلوق وجد لإمتاع الرجل فلا تهمها قضايا المجتمع من قومية وسياسة واقتصاد ومشكلات اجتماعية بل يشغلها دائما أمور الحب والزواج والرغبة في الإنجاب . كما ركزت هذه الأفلام على الانحراف الشخصي والنوعية الهابطة لمستوى الأعمال, يلعب فيها عامل الربح المادي الدور الأساسي. وبالتالي فصورة المرأة تنحصر في ثنائية :أما حجبها وصيانتها والحفاظ عليها من منطلق أنها جسد فقط يجب الحجر عليه تحت طائلة صون التقليد ,و الحفاظ على العادات والقيم ,وإما النظر إلى جسدها على انه مجرد أداة لعرض المقتنيات و أدوات الزينة والموضة وحتى السيارات ,تحت عنوان الحداثة

¹⁵⁷ احمد عبد الملك في فضائيات مجدلوي الطبعة الاولى عمان ، الاردن 2000 (ص 59).

المرتبطة بالاستهلاك والاستهلاك المرتبط بالمتعة *¹⁵⁸ غافلة بذلك تقديم دورها في الحركات التحريرية أو إسهاماتها العلمية والأدبية ومشاركتها السياسية والنضالية .

صورة المرأة في الكاريكاتير : في دراسة أجريت في فن الكاريكاتير وكيفية تصوير المرأة من خلاله باعتباره ،تسجيلا مرسوما ومجسدا للنكتة في قالب من السخرية والنقد توصلت إحدى الدراسات تقول د ناهد رمزي إلى انه على الرغم من القيمة العظيمة التي يكتسبها هذا الفن بحكم تراثه الطويل وتأثيره النقدي على القارئ فإنه يعد في الأغلب فنا يقوم به الرجال فقط كما أن الاستفادة من تلك الطاقة الخلاقة لا تتم على أفضل وجه * فالرسوم الكاريكاتيرية تتناول المرأة في صورة استعراضية فاضحة في هيئتها وملامحها، أو في صورة بدينة إلى حد البشاعة مع المبالغة في إظهار بعض المواضع من جسمها بشكل يثير السخرية كما تظهر أحيانا مسرفة تدفع بالرجل إلى الانحراف أو السرقة أو قبول الرشوة أو ارتكاب الجرائم أو مستغلة لجهوده وإمكانياته. وهي الصورة التي إثارة انتقادا واسعا خصوصا من طرف منظمة المرأة العربية التي تعمل من خلال تنظيم لقاءات دورية إلى دعوة القائمين على وضع السياسات الإعلامية أن يصححوا هذه الصورة بأن يراعوا التطور الحاصل في المجتمع.

البرامج التلفزيونية التي تعنى بالمرأة

1 - البرامج التربوية

أحدث اكتشاف التلفزيون كجهاز اتصال و تواصل نقلة نوعية في الأسس العلائقية و العلاقات البينية بين أفراد الأسرة و المجتمع- كما استهوى التلفزيون جميع الفئات دون استثناء لدرجة أنه شغل بال الجميع و شكل مرجعية في تناول أطراف الحديث في جميع الميادين- فضلا عن ذلك شغل حيزا زمانيا و مكانيا في الفضاء العائلي و المنزلي في

¹⁵⁸ - نهوند القادري عيسى : قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكير ،مركز دراسات الوحدة العربية ،بيروت 2001 الطبعة الاولى (ص 68).

بداية مشواره الى أن انتزع مكانة في الجو العائلي و الأسري لدرجة أن أي عطب أو خلل في الجهاز يستتفر ضرورة إصلاحه كونه أصبح وسيلة ترفية و تثقيف و متعة اجتماعية- في ظل هذه المميزات و الخصوصيات التي تمنح التلفزيون سلطة بديلة للنظام الاجتماعي تتنوع البرامج و الأساليب و الإيديولوجيات المخفية عبر محتوى البرامج-لذلك لم تعد المؤسسات الاجتماعية في معزل عن التغيير أو أحادية التوجه من سلطات مركزية أو اوتوقراطية تعمل على تكريس التصور العام دون الخاص- لذا يمكن مبدئياً الإشادة بدور التلفزيون كوسيلة ثقافية لا تعترف بالعوارض و الموانع و تخرق حواجز الصمت-

المرأة الماكثة في البيت مثل باقي أفراد الأسرة و المجتمع هي الأخرى وجدت نفسها أمام هذا الجهاز السحري الذي يفتح لها نافذة عبر العالم الخارجي خاصة و أنه محكوم عليها البقاء في البيت ضمن أطار قيمي يحتكم على مرجعية الأسرة و المجتمع الذي تتواجد فيهما- بحكم هذا التحول السريع و المفاجئ جعلت المرأة من التلفزيون وسيلة استئناس تنهل منه على جميع المستويات-بالتالي أصبحت المرأة مع مرور الوقت مستهلكة للبرامج التلفزيونية-

فيما يتعلق بالدور التربوي للتلفزيون ، فإنه لا يقتصر على التلفزيونات العمومية التي تستطيع أن تكون تلفزة تجارية منها و نقصد هنا بثها للصفحات الاشهارية لمؤسسات خاصة التي تتحكم أحيانا في تحديد مضامين الحصص و البرامج التلفزيونية و طبيعتها-

أما التلفزة ذات الطابع التجاري، بإمكانها تحقيق منفعة عامة من خلال بثها لحصص اجتماعية و ثقافية أو تلك الخاصة بالمنفعة العامة-فالعلاقة المميزة لطبيعة الحصص المقدمة تعتمد على أهمية المشاهدة لشريحة واسعة- و عليه، فإن أهم الحصص التابعة

للتلفزيون العمومي هدفها إعلامي، تربوي و تثقيفي- و هي الركائز الأساسية لدور التلفزيون الذي يخضع إلى سلطة الضبط.

2 - البرامج الترفيهية

لقد أدرك "مندلسون" أيضا ضمن هذا النطاق من المحاولات التحليلية الوظيفية حيث نجد أن هذا الباحث يدرك أهمية الاتجاه الوظيفي في فهم و تحليل وسائل الاتصال الجمعي و يقرر أن الحقيقة التي تقول أن التلفزيون مازال منافسا خطيرا للأدوار الفردية و الاجتماعية و جميع الأنماط المؤسسية التي تعنى بالتنشئة و ترقية المواطنة و الإحساس بالانتماء.

و يقرر أن هناك بعض الوظائف الواضحة يحققها التلفزيون للمشاهدين ، فمن الواضح أنه يسلي الناس و يرفه عنهم و يمدهم بالمعلومات بوصفه وسيلة إعلامية ، كما أنه يقدم إطارا مناسباً من الضوضاء أو التشويش يسمح للناس بان ينجزوا أعمالهم بينما هم يتسلون به أو يتلقون عن طريقه المعلومات.

و في دراسة لمشاهدي التلفزيون في نيويورك أجريت عام 1961 سنحت أمام ¹⁵⁹ Mendelson فرصة كشف أبعاد وظائف عديدة تتجاوز وظيفتي الإعلام و الترفيه اللتين يحققهما إذا استثنينا الحصص المدرسية ذات الأساس السمعي التي تتميز بنشاط عملي ، نستطيع القول بان الأوقات المستغلة في الاستمتاع بالتلفزيون تتوقف على أوقات الفراغ و التي بفضلها نستطيع معرفة الآثار المترتبة لوسائل البث الإعلامي عن طريق الصورة و الصوت، بكل موضوعية و النتائج التي تترتب عنها في المجالات الفكرية و الأخلاقية والاجتماعية.

من المشار إليه معرفة أولا ما هي المكانة التي تحتلها هذه الوسائل في أوقات الفراغ نستطيع أيضا تعيين و إثبات قدراتها النسبية في تحقيق الوظائف الثلاثة بصفة عامة وهي

¹⁵⁹ محمود عودة : اسس علم الاجتماع ، دار المعارف ، القاهرة ، 1977 ص (41- 42)

التسلية الإعلام و التثقيف و لكن لا بد من معرفة وقت الفراغ في معناه الواسع الذي لا يستبعد تحصيل المعرفة و قد رأينا أنه إذا كانت أوقات الفراغ و التسلية تأتي على رأس الدوافع التي يحددها الجمهور ، فهي تعد في عداد وظائف الإعلام و الثقافة و يرى Jean Stoetzel et Fougeyrollas ان وقت الفراغ يلعب دورا جديدا في الحضارة ، حيث كان الإنسان في الماضي لا يعتبر موجودا إلا بما يقدمه من عمل ربما. فهل اليوم اصبح الإنسان أو الفرد العصري يعيش حياة غنية بالإعلام .؟

إن الأفراد يشاركون في الوجود و لكنه وجود " ضخم " ¹⁶⁰ معروف ، فالأفراد يتصرفون ويعيشون حسب مزاجهم و طرقهم في الحياة و البعض الآخر بإمكانهم مقاومة غزو هذه الوسائل التقنية ، الجماعية في هذه الأوقات (أوقات الفراغ) و هم الأشخاص الذين يتعرضون لوسائل الإعلام (السينما ، الراديو التلفزيون)، و مما تجدر الإشارة إليه هو أن انتشار هذه الأشكال الجديدة لأوقات الفراغ و التسلية تدخل ضمن حصص الحياة اليومية التي لا تعني التسلية الخاضعة للقانون و لكنها تدخل في إطار الترفيه عن النفس و الراحة و الاسترخاء و خاصة أوقات الفراغ و لكي نوضح مكانة التلفزيون في التسلية و أوقات الفراغ.

أسباب إقبال المرأة على مشاهدة التلفزيون :

العامل الافتراضي :

يعد العامل الافتراضي من أهم العوامل التي تؤثر على النظام التلفزيوني في أي مكان، بحيث ينمي الحميمية و الوفاء لفضاء يتخصص فيه الفرد. فحجم وشكل البرامج في أية قناة تلفزيونية له تأثير كبيرا على مستقبلها، حيث لا تستطيع أحيانا التلفزيونات العمومية من أن تغطي كل أجزاء الدولة ولا يمكنها أيضا أن تلبى احتياجاتها. الفعل الافتراضي يوحي في الزمان و المكان أن هناك أنشطة بعيدة عن العين ، أصبحت قريبة و تشاركية من حيث الوجدان، لذا ينفرد التلفزيون بهذه الخصوصية باستهواء المرأة الماكثة في البيت

¹⁶⁰ - ج غازانوف مرجع سابق 1999 ص 98.

و التي ينمو لديها الإحساس أن مكوثها ليس جوهريا بالمقارنة مع زميلاتها اللاتي يخرجن. على أن العالم الخارجي يستقدم لها من طرف التلفزيون. حتى أنها أحيانا تتفوق على نقيضاتها كونها تطلع على كل كبيرة و صغيرة يبثها التلفزيون. بالتالي تكون لها ثقافة موسوعية تتيح لها الفرصة في الانخراط الاجتماعي و تحيين مداركها و طموحها.

عامل اللغة كعنصر تشاركي :

حيث تعتبر اللغة احد أهم العوامل التي تؤثر على الأنظمة التلفزيونية إذ إن تعدد اللهجات واللغات داخل الدولة الواحدة قد يشكل دافعا أمام التلفزيون للحصول على أكبر مجال في الانتشار و الوصول إلى جميع الفئات اللغوية. ففي الجزائر تعززت المؤسسة العمومية بقنوات باللغة الأمازيغية و الفرنسية ، فضلا عن قناة القرآن التي تولي أهمية كبرى لمواضيع المرأة باعتبار أن التوجيهات الدينية تراهن على صلاح المرأة بصلاح المجتمع.

التحفيز للمشاركة في التنمية_:

تمثل التنمية احد العوامل والدوافع الأساسية لإنشاء القنوات التلفزيونية من اجل تفعيل المشاركة في التنمية حيث إن الدول النامية لا تستطيع إن تحقق أهداف التنمية دون إن تولى اهتماما بأفرادها في مجتمعاتهم المحلية خاصة المرأة الريفية التي تساهم بشكل فعال ف دفع وتيرة الإنتاج بمجمل الأنشطة المنوطة بها.

وقد أدركت دول عديدة أن أفضل أساليب الإعلام لتحقيق مشاركة فعالة من جانب المرأة في خطط وبرامج التنمية هو الوصول إلى هذه الجماهير في بيئاتهم المحلية ، فأنشأت العديدا من البرامج الإعلامية لتطعيم محتوى القنوات التلفزيونية.

وهكذا أصبح هذا النمط من الإعلام الجماهيري ضرورة لكافة الدول المتقدمة والنامية ومن المعروف أن الأفراد لا يمكن أن ينسلخوا عن بيئتهم المحلية حيث يزداد الارتباط بالإعلام الجماهيري بما يتفق مع خصوصية المكان والشعوب والثقافات¹⁶¹

¹⁶¹ - الموسوعة الاعلامية ديسمبر 2009 ص 44

خلاصة

إن الصورة السلبية التي قدمت وتقدم فيها المرأة العربية عموما والجزائرية على وجه التحديد في وسائل الإعلام الجماهيري بدءا بالصحف وعبر أثير الإذاعات مرورا بالوسائل المرئية كالتلفزيون والفيديو كليب والإعلان والسينما إلى غاية تناولها من قبل شبكات التواصل الاجتماعي أو الانترنت يجب أن تتغير ويجب تقديم المرأة العربية بالشكل الذي يليق بها في وسائل الإعلام العربية وهذا لن يتحقق دون تكاتف الجهود ضمن عملية تثقيفية وتوعوية وتربوية متكاملة تشارك فيها جميع قطاعات المجتمع وشرائحه وتعمل على تعزيز الوعي السليم بدور المرأة ومكانتها في البناء والتطور كمرحلة أولى تمهد وتؤسس لتحول الوعي الجمعي إلى مضامين إعلامية هادفة تنصف المرأة فالمؤسسات الإعلامية في نهاية المطاف ما هي إلا جزء من الكيانات الاجتماعية والثقافية السائدة ولا يمكن لها أن تعمل بمعزل عنها هذا لا يعني تبرئة هذه المؤسسات من الصورة السلبية والنمطية عن المرأة.

إن إستراتيجية الإعلام العربي يجب أن تتجه نحو الأسرة التي أصبحت تعيش في زمن العولمة ولا ينبغي أن تقتصر على مجرد تحسين صورة المرأة أو إتاحة مساحة تعبر عن قضاياها وتطالب بحقوقها بل لابد أن تقوم هذه الإستراتيجية على مبدأ أن المرأة تمتلك قدرة على التأثير الخلاق في بناء المجتمع المتطور الذي ننشده وهي الأقدر على تفهم واستيعاب القضايا التربوية التي يقوم عليها بناء الأجيال القادمة.

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

تمهيد

- 1 - مواصفات مجتمع البحث
- 2 - عرض وتحليل محتوى الاستمارة .
- 3 - النتائج العامة
- 4 - خلاصة

تمهيد

تناولنا في هذا الفصل الخصائص التي تميز أفراد العينة (جمهور النساء الماكثات في البيت) المتواجدة في الأحياء الشعبية في كل من باب الواد، عين النعجة، براقى و اولاد موسى . وتأثير التلفزيون على هذه الفئة من المجتمع في محاولة لابرار الدور، التربوي ، والثقافي لتأثير التلفزيون. من خلال استعراض البرامج التي تتابعها المبحوثات وعلاقتها في تنمية شخصية المرأة كذلك علاقتها باعادة انتاج سلوكات اجتماعية جديدة او الدور البديل للتلفزيون في تنشئة اجتماعية للمرأة الماكثة في البيت من خلال مختلف البرامج التي تتعرض لها

مواصفات مجتمع البحث

تم اجراء هذا البحث على عينة من النساء الماكثات في البيت و القاطنات بالاحياء الشعبية والتي تم اختيارها حسب السيمات الديموغرافية و مراعاة طبيعة السكن ومنطقة السكن في معرفة مدى تأثير التلفزيون على هذه الشريحة الواسعة من المجتمع ، الاحياء التي تم اختيارها هي حي نيلسون بباب الواد ، حي 720 مسكن بعين النعجة ، حي كاربونال ببراقي وحي عبد العزيز و المعروف ب la city باولاد موسى بضواحي العاصمة وهو حي يجمع بين خصوصية ريفية واخرى حضرية العاصمة ، و بما انه من الصعب إجراء دراسة شاملة لكل النساء الماكثات في البيت بالجزائر لان ذلك يتطلب إمكانيات ضخمة وعدد من المحققين ومتسع من الوقت ، و جهود كبيرة وبما انه يتعذر علينا ذلك اخترنا عينة تمثيلية لضرورة منهجية لها سمات وخصائص المجتمع الأصلي. وتتمثل العينة المختارة للدراسة في 120 مبحوثة مقسمة على 40 عائلة متواجدة بالأحياء التي ذكرناها سابقا وقد اجري التحقيق في الفترة الزمنية الممتدة بين سبتمبر 2011 الى غاية نوفمبر من نفس السنة وكان توزيع الاستمارة مرفوقا بإجراء مقابلات وقد استعنت بمحققين للقيام بذلك للحصول على معلومات بكل موضوعية ،لاني قمت في البداية بتوزيع الاستمارة بنفسي واجريت مقابلات مع بعض افراد العينة غيرانهم تعرفوا علي من

خلال عملي بالتلفزيون وضهوري على الشاشة وبالتالي كانت الاجابات فيها كثير من المجاملة كما انها خلت من العفوية حتى ان المستجوبات كن يعتقدن ان اجاباتهم ستظهر على الشاشة هذا ما جعلني الغي الاجابات واكلف محققين بذلك .

ولمعرفة خصوصيات مجتمع الدراسة حاولنا الوقوف عند المتغيرات التالية :السن و قد حدد سن مفردات العينة ب 16 سنة فما فوق لان القدرات الذهنية والفرولوجية للمرأة تكون قد نمت حسب الابحاث العلمية المجراة في هذا الشأن ،ايضا متغير المستوى التعليمي الذي له علاقة بمشاهدة التلفزيون من خلال انتقاء البرامج ايضا ركزنا على معياري طبيعة السكن ومنطقة السكن لانعدام وسائل التثقيف والترفيه بها .كما تناولنا متغير الحالة المدنية للمبحوثات لمعرفة دوره وتأثيره في متابعة البرامج وتفضيلها بين افراد العينة .

عرض و تحليل محتوى جداول الاستمارة:

جدول رقم 01 يوضح عدد أفراد العينة المبحوثة.

عدد الأفراد	التكرار	النسبة %
03	08	6.66%
04	32	13.33%
05	19	15.83%
06	16	26.66%
07	21	17.5%
08	12	10%
09	08	6.66%
أكثر من 09	04	3.33%
المجموع	120	100%

من خلال نتائج هذا الجدول نجد أن نسب 26.66% من عائلات المبحوثات تتكون من 6 أفراد تليها نسبة 17.5% تتكون من 7 أفراد تليها نسبة 15.83% تتكون من 5 أفراد وهي نسب متقاربة تدل على كثرة الأفراد بهذه العوائل وهي صفة تتميز بها العائلات المتوسطة الحال والفقيرة وبالتالي مهمة المرأة هنا ليست تربية الأطفال فقط وإنما القيام بكل الأعباء الأسرية إضافة إلى إيجاد وقت لمشاهدة التلفزيون .

كما نجد نسبة 13.33% من عائلات المبحوثات تتكون من 4 أفراد و10% منها تتكون من 8 أفراد أربعة أفراد هو أمر مثالي بالنسبة للعائلة الجزائرية لأنها أصبحت تعي أن كثرة الأطفال لا يضمن لهم العيش الكريم من صحة وغذاء كامل ولباس ودراسة فهو التوجه الذي عرفته العائلات خلال السنوات العشرة الأخيرة . في حين أن وجود

العائلات التي تتكون من 8 و 9 أفراد بنسبة 6.66% فأكثر بنسبة 3.33% فأصبح
يتضاءل بسبب تغيير الذهنيات من جهة والسبب الجوهري هو العامل المادي
والاقتصادي. وأزمة السكن ..

جدول رقم 02 يوضح طبيعة منطقة السكن

النسبة %	تكرارات	طبيعة منطقة السكن
80.83%	97	حضري
19.16%	23	ريفي
100%	120	المجموع

نجد من خلال نتائج هذا الجدول أن نسبة 80% من المبحوثات تعيش بالناطق الحضرية بينما نجد أن 19% منها تعيش بمناطق ذات طابع ريفي تبين في النسبتين يدل أيضا على تباين الوسطين الحضري والريفي حيث أن مشاهدة التلفزيون لا علاقة وطيدة بالوسط ف المحيط الحضري يمكن أن يكون عامل مستقطب للمشاهدة فالإنسان يلجأ إلى مشاهدة التلفزيون بعد يوم شاق من العمل والضوضاء فيجد الراحة والمتعة في المشاهدة بينما الوسط الريفي تختلف فيه طبيعة العمل الذي يتطلب النهوض باكرا والعودة آخر النهار خاصة في حالة خدمة الأرض والاعتناء بالماشية بالنسبة للرجل وبالنسبة للمرأة كذلك كثير من الأعمال تتطلب انجازها خارج البيت مما يقلص من مدة المشاهدة أيضا طبيعة البرامج التي تستهدف في غالبيتها المناطق الحضرية.

جدول رقم 03 يوضح عدد الغرف لعوائل المبحوثات

عدد الغرف	التكرار	النسبة %
02	24	20%
03	39	32%
04	33	27%
05	15	12.5%
أكثر من 05	09	7.5%
المجموع	120	100%

مبدئياً يمكن الإنطلاق من فكرة الفضاءات المتاحة في المسكن. إذ يمكن إعتبار رحابة المساحة تتيح فرصة و أمكانية الأختيار و ضيقها يفرض تقلص الحريات. كما أن شساعة المسكن و تواجد عدد معتبر من الغرف يفتح أفاق الرفاهية. و عليه، جدير أن نشير إلى أزمة السكن التي طوقت الكثير من الأسر و معها تأثر مستوى المعيشة. كما نأخذ عامل آخر في الإعتبار وهو عدد أفراد العائلة أو حجم الأسرة. ذلك أن عدد الأفراد في المسكن والسن تعتبر من المعايير التي يمكن إعتمادها في تحليل سلوك التفاعل داخل الأسرة سواء التفاعل البيئي أو مع شاشة التلفزيون. أن تواجد أكثر من شخصين داخل الغرفة الواحدة يملى عليهم الإشتراك في مشاهدة البرامج. و ينطبق ذلك على مشاهدة الجماعية لبرامج التلفزيون في الأوساط الشعبية و الأسر الممتدة. بحيث جرت العادة أن يتم أيداع جهاز التلفزيون في بهو المنزل و تتم مشاهدة الجماعية للبرامج. هذه الشراكة تضي على الحضور نوع من أخلاقيات المشاهدة و اعتماد جهاز التلفزيون كأنييس و ليست وسيلة ترفيه. حيث تعكس نسبة 32% وهي أعلى نسبة. امتلاك 3 غرف دون إلى الإشارة إلى طبيعة الأسرة بمعنى أن ظروف المشاهدة لن تكون فيها الأريحية. تليها نسبة 27%

وهي النسبة التي تمتلك 4 غرف وهي نسبة مقبولة من حيث الفضاءات المتاحة لكن ليست معياراً للرفاهية أو الأريحية. لأنها يمكن أن تكون قد تأوي أكثر من أسرة بالنظر إلى الدراسة المجرات بالأحياء الشعبية. في المرتبة الثالثة نجد نسبة 20% من مساكن المبحوثات تتكون من غرفتين (2) وهي نسبة تقابل تقلص الفضاءات وانحصارها مما يفرض المشاهدة الجماعية التشاركية والتي تفقد حرية الاختيار أو المتابعة لبرنامج معين في المرتبة الرابعة نجد نسبة 12% يمتلكن 05 غرف وهي نسبة تعبر شساعة الفضاءات المتاحة داخل البيت ومعها يمكن أن يتحصل الأفراد على حريتهم الشخصية وغرفهم الخاصة في حالة الأسرة الغير ممتدة وفي الأخير نجد نسبة 7.5% تمتلك أكثر من 5 غرف وهو ما يوفر ظروف مناسبة لمشاهدة التلفزيون .

جدول رقم 04 يوضح الحالة المدنية لعينة البحث

الحالة المدنية	التكرار	النسبة %
عزباء	31	25%
متزوجة	63	52.5%
مطلقة	18	15%
أرملة	08	6.66%
المجموع	120	100%

جدول يوضح الحالة المدنية للمبحوثات. إذ تعبر كل حالة على التفرغ و الوقت المتاح و المهام و المسؤوليات النشطة بكل فرد. حيث نجد أن نسبة 52.5 متزوجات تقع عليهن مسؤولية ترتيب شؤون البيت و السهر على تربية الأطفال. هنا يبقى الوقت كعامل يحدد مدى إمكانية التفرغ لأوقات الراحة و الترفيه. كما أن مكانة المرأة العازبة، رغم أنها توجي إلى التفرغ التام، لكن ذلك لا يعني أنهم لا يساعدن بوقتهن أمهاتهن. إلا أن إمكانية المتابعة للبرامج واردة جدا. غير أن الوقت المستقطع هو أهم عامل جدير بالاهتمام هنا. بالرغم من الالتزامات، نجد المرأة الماكثة يستهويها التلفزيون ببعض برامج للتعبير عن الرغبة في التواجد و التعبير عن الذات و الرغبات من خلال التمثل بأحداث بعض البرامج و المسلسلات. أما نسبة الطلقات و الأرامل فهي تتحصر بين 15/ و 6.66%. فهن متشابهات من حيث المكانة و لديها من البرامج ما يشفي غليلها طبقا لحاجاتها.

جدول رقم 05 يوضح المستوى التعليمي لعينة البحث

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
15%	18	بدون مستوى
35%	42	ابتدائي
26.66%	32	متوسط
13.33%	16	ثانوي
8.33%	10	جامعي
1.66%	02	أكثر من جامعي
100%	120	الجموع

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 15% بدون مستوى علمي معتبر. هذه الشريحة الاجتماعية تكون أكثر عرضة لتأثيرات البرامج التلفزيونية و أكثر مشاهدة مقارنة مع تلك الفئات المتعلمة التي تشغل عن التلفزيون بحكم التزاماتها. كما يمكن اعتبار عامل الوقت المتاح يشجع على متابعة برامج التلفزيون. و هي بحاجة ماسة إلى برامج تربوية و تعليمية بحثا عن استكمال تحقيق الذات.

كما تمثل نسبة 35% المستوى الابتدائي، هذه الفئة هي الأخرى أكثر عرضة لتأثير البرامج التلفزيونية و ترغب في تحسين مستواها العلمي لكي ترقى إلى مستوى النقاش في الحياة العامة و الخاصة.

نسبة 26.66% تعكس مستوى التعليم المتوسط. هذه الفئة يمكنها أن تتابع البرامج التلفزيونية بأسلوب يمكنها من الاستزادة بالمعلومة الضرورية. كما تتعامل مع التلفزيون كوسيلة للتولوج في عالم آخر بغض النظر عن الفضول الذي نجده عند العامة.

أما مستوى التعليم الثانوي ، ممثل بنسبة 13.33% ، حيث يمكنها مستواها العلمي إلى الارتقاء إلى مستوى المتابعة الهادفة.

نسبة 08.33% من التعليم الجامعي و نسبة 01.66% مستوى التدرج في التعليم العالي. إذ من السهل التعامل مع وسائل الإعلام في هذا المستوى و استغلاله لأغراض محددة.

كل هذه الاختلافات في المستوى التعليمي للمرأة المبحوثة، في حاجة إلى تكفل من قبل القائمين على البرمجي التلفزيونية للاستجابة إلى حاجاتها و مطالبها.

جدول رقم 06 يوضح فئات الأعمار للمبحوثات

النسبة %	التكرار	فئات الأعمار
9.166%	11	أقل من 20
22.5%	27	20 إلى 24
18.33%	22	25 إلى 29
22.5%	27	30 إلى 34
9.166%	11	35 إلى 39
6.66%	08	40 إلى 44
8.33%	10	45 إلى 50
03.33%	04	أكثر من 50
100%	120	المجموع

نجد نسبة 22.5 مشتركة بين فئات العمر سواء فئة 24/20 سنة أو فئة 40/30 سنة. الأولى تمثل مرحلة الشباب عند المرأة ، حيث تتجه الأذواق نحو البرامج الترفيهية و الشيبابية مثل أفلام الحركة و المنوعات و المسلسلات. بينما تعتبر الفئة الثانية أكثر نضجا من حيث السن و التجربة، إذ تتوجه فيها المشاهدة و الإقبال على برامج هادفة مثل البرامج الدينية و تلك المتعلقة بتربية الأطفال. كما نجد نسبة 09.66% في المائة مشتركة بين فئتين. الأولى أقل من 20 سنة و الثانية من 39/35 سنة. و هي فئات تهتم يقع اهتمامها حسب التوجه الذي تمليه مرحلة العمر، سواء ما تعلق بمتطلبات مرحلة السباب أو كالتعلق بمرحلة النضج. يمكن القول أن هذه الفئات العمرية تختار ما يناسبها بحسب مرحلة السن التي تحدد عامل المشاهدة. أما نسبة 08.33% يتراوح عمرها بين 50/45

سنة حيث تكون هذه الأخيرة أكثر اختيارية بحيث تميل إلى البرامج التي تراعي أنشغالاتهم الصحية و التوجه الديني. بالمقابل نجد نسبة 06.66% تعكس فئة 44/40 سنة، هنا تستطيع المرأة أن تختار وبعقلانية ما يناسبها.في الأخير نجد نسبة 03.33% تعكس فئة تلجأ فيها المرأة إلى تدارك العمرين بين الشباب و الشيخوخة، إذ تلجأ إلى البرامج الهادفة و برامج التسلية.

جدول رقم 07 يوضح طبيعة نشاط رب الأسرة

النسبة %	التكرار	نوعية النشاط
27%	33	الوظيف العمومي
05%	06	الصناعة
7.5%	09	التجارة
10%	12	الفلاحة
20%	24	الاشغال العمومية
7%	09	خدمات
20%	24	التقاعد
2.5%	03	مصدر خارجي
100%	120	المجموع

من خلال نتائج هذا الجدول نلاحظ أن نسبة 27% من أرباب الأسر للعينة المبحوثة تشتغل بالوظيف العمومي أي موظفين بالقطاع العام. تليها نسبة 20% منهم يشتغلون بالأشغال العمومية من أشغال الحفر البناء والترصيف وهي أشغال أجرتها تكون بالقطعة وعادة ما يكون العمال فيها تابعون للقطاع الخاص ونفس النسبة نجدها عند المتقاعدين نشير هنا أن منحة التقاعد مرتبطة بالنشاط الممارس قد تكون ضئيلة إذا كان النشاط الممارس دخله المادي قليل .

كما نجد نسبة 10% من نشاط رب العائلة للعينة المبحوثة تشتغل بالفلاحة وهو القطاع الذي يقل الإقبال عليه بسبب نزوح الكثير من العائلات نحو المدن أو محاذتها لأسباب أمنية وكذلك بسبب تمركز المصالح الإدارية والبدagogية والصحية بالمدن. باقي النسب

متقاربة في قطاع الخدمات, الصناعة والتجارة تتراوح بين 7.5% و 5% وهي نشاطات دخلها المادي جيد تتيح للعائلة فرص وظروف معيشية أفضل وفي الأخير نجد أن 2.5% من نشاط رب العائلة مصدره خارجي خصوصا بالنسبة للذين عملوا بدول أجنبية على الخصوص فرنسا أو يكون احد الأبوين له منحة تقاعد بالعمل الصعبة .

جدول رقم 08 يوضح فئات الدخل لعائلات المبحوثات

النسبة %	التكرار	فئات الدخل
17.5%	21	اقل من 10000 دج
27.7%	33	10000 - 15000
24.166%	29	15000 - 20000
20%	24	20000 - 25000
5.83%	07	25000 - 30000
5%	6	أكثر من 30000
100	120	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول أن 27.7% من دخل العائلات المبحوثة يتراوح بين 10000 و15000 دج وهو مبلغ قريب جدا من الأجر القاعدي أو الحد الأدنى المضمون المحدد ب 12000 دج منذ سنة 2004 بموجب المادة 87 مكرر بعد أن ظل لسنوات طويلة محدد ب 6000 دج وتدل النسبة على أن نسبة كبيرة من أرباب العائلات للمبحوثات. إجراء. وقدرتهم الشرائية ضعيفة لا تكفي حتى لسد الحاجيات الأساسية للأسرة. فكيف لهم أن يفكروا في كيفية تمضية الوقت والاستمتاع به من خلال التفكير في وسائل أخرى للتثقيف والتسلية بعيدا عن جهاز التلفزيون؟؟ ثم نجد في المرتبة الثانية نسبة 24.166% يتراوح دخلها المادي ما بين 15000 إلى 20000 دج وتخص الفئة العاملة بالوظائف العمومي والمصالح العمومية كأعوان الإدارة . ثم نجد نسبة 20% يتراوح دخلها المادي من 20000 دج إلى 25000 دج وتخص الفئات العاملة بالمصانع والخدمات. وفي المرتبة الرابعة نجد فئة الإجراء اللذين يشتغلون في مواسم معينة أو مناسبة ما بنسبة 17.5% والذين لا يصل أجرهم الحد الأدنى المضمون أي تحت سقف

الأجر القاعدي، ونجد نسبة قليلة لا تتعدى 5% يتراوح دخلهم من 25000 دج إلى 30000 دج وهي الفئة التي تعمل بقطاع التجارة أو لديها دخل مصدره خارجي أي بالعملة الصعبة . أوردنا هذا الجدول الذي يتناول الإمكانيات المادية المتاحة للعائلات المبحوثة حتى يتسنى لنا معرفة القدرة الشرائية لهذه العائلات وهل اختارت اللجوء لمشاهدة التلفزيون قصد التثقيف والتسلية عن طواعية أم أن إمكانياتها المادية لا تسمح لها باستغلال فرص أخرى للتثقيف والتسلية.؟

جدول رقم 09 يوضح دور المبحوثات في الإطار العائلي

الدور	التكرار	النسبة
القيام بالأشغال المنزلية	39	32.5%
تربية الأولاد والاعتناء بهم	17	14.66%
أعمال منزلية محدودة	8	6.66%
أعمال منزلية وتربية الأطفال	56	46.66%
المجموع	120	100%

جدول يبين دور المبحوثة في البيت ، خاصة ما تعلق بالمهام التي تقوم بها أو تنتظرها لإنجازها. هذه المهام تشكل التزام لا مناص منه، حيث تأخذ منها الوقت الكثير. كما تشكل الأدوار المصرح عنها أو المعلنة ضمناً كمهام مؤشرا يعكس مدى اهتمام المرأة ببرامج التلفزيون كسند لتوجيه و تسيير شؤون الأسرة.

نلاحظ أن طبيعة العمل في حد ذاتها تعبر عن الوقت المخصص أو المستقطع لمشاهدة برامج التلفزيون. إذ يمكن اعتبار مهام القيام بالأشغال المنزلية و المعبر عنها بنسبة 23.5% نسبة عالية تأخذ الكثير من وقت المرأة رغم مكوثها في البيت. كما لا تمنها طبيعة هذه المهمة من التفرغ إلى برامج التلفزيون. بالمقابل نجد أن مهمة تربية الأولاد و التي تستدعي الاستزادة ببعض المعلومات التربوية و الصحية ، معبر عنها ب 14.66%. هذه تبدو من حيث الوقت قليلة و غير كافية لأنها ليست مسخرة للمشاهدة و إنما للإعتناء بالأطفال، تشير ضمناً إلى المدى الذي يمكن أن يكون فيه دافع تربية الأولاد عامل يدفعها للفضول إلى البرامج التربوية.

عموما نلاحظ انشغال المرأة بنسبة 46.66% بالأعمال المنزلية وتربية الأطفال. هذان الشأنان يدفعان بها لا محالة إلى البحث عن مصادر للمعلومة.

جدول رقم 10 يوضح حجم المبحوثات الممارسات لمهنة داخل المنزل

نوع الحرفة	التكرار	النسبة %	النسبة العامة من الكلية %
خياطة	13	44.82%	10.83%
حلاقة	08	27.58%	06.66%
مربية أطفال	05	17.24%	4.16%
أخرى	03	10.34%	2.5%
المجموع	29	100	24.16%

يمثل هذا الجدول نوعية المهن و الحرف المنتشرة لدى النساء الماكثات بالبيت. هذا لا يعني أن جزء منهن ليس لديهن مستوى أو مؤهل للعمل، و إنما فضلن لظرف أو آخر المكوث بالبيت و البحث عن ممارسة حرف و مهن كبدايل لمكوثهن. على أن نوع الحرفة ليس معياراً للتحليل بل للتعرف على النشاط الممارس و علاقته بمشاهدة برامج التلفزيون.

تقربن منهن لمعرفة فيما إذا كانت هذه الأنشطة تعيقهن في متابعة برامجهن المفضلة.

جدول رقم 11 يوضح عدد الأطفال في العوائل المبحوثة

العوائل المبحوثة	التكرار	% النسبة
لا يوجد	6	4,51%
01	10	7,58%
02	14	10,61%
03	15	11,36%
04	22	16,67%
05	27	20,46%
أكثر من 5	38	28,79%
المجموع	132	100%

تعمدنا إدراج هذا الجدول الخاص بعدد الأطفال في العوائل المبحوثة حتى يتسنى لنا معرفة كيف توفق المبحوثات خصوصا الأمهات منهن بين مشاهدة التلفزيون وتربية الأطفال وما تتطلبه تربية الأبناء من رعاية وعناية ومتابعة .

ومن خلال النتائج المتوصل إليها نجد أن 28,79 % من العوائل المبحوثة لديها أكثر من 05 أطفال وهي ظاهرة تميز العائلة الجزائرية في غياب احترام تنظيم النسل الذي فرضته الدولة بعد الاستقلال, تليها نسبة 20 % لديها 05 أطفال وهو التوجه الحديث للأزواج لاعتبارات صحية ومادية منها عدم التوفر على السكن أو بسبب ضيق المسكن كما نجد أن نسبة 16,76 % لديها 04 أبناء و 11,36 % لديها 03 أطفال ونجد هذا التوجه نحو خفض الإنجاب عند الأزواج الشباب الذين يتمتعون بمستوى تعليمي جامعي أو عالي خصوصا لدى الأم قصد منح الأبناء الرعاية والتكفل الأمثل بهم .

بينما نجد نسبة 10,61 % لديها طفلان و 7,58 % لديها طفل واحد وهي نسب ضئيلة تدل على حداثة الزواج وأخيرا نجد 4,51 % من المبحوثات ليس لديها أطفال .

جدول رقم 12 يوضح سن الأطفال في العوائل المبحوثة

السن	التكرارات	% النسبة
اقل من 6 سنوات	40	30,30 %
من 6 سنوات إلى 18 سنة	92	69,69%
المجموع	132	100 %

الذي يوضح معدل السن لدى أطفال مفردات العينة الذي يوضح أن حوالي ثلث الأطفال في السن التي تحتاج رعاية واهتمام الأم بهم في المرحلة المبكرة مما يغنيها عن البحث عن برامج ترفيهية أو يؤدي بها الى البحث عن المعلومة المتعلقة بتربية الأطفال.

بالمقابل نجد الثلثين من أطفال مفردات العينة تقع فوق سن الطفولة و تتراوح بين الطفولة والمراهقة إذ ينتاب الأمهات الإحساس بالمتصل من المسؤوليات العائلية والتفرغ لأستغلال وقت الفراغ و منه مشاهدة التلفزيون. وعليه يمكن القول أن عامل السن لدى أطفال مفردات العينة يمكن أن يكون محفزا لمتابعة برامج التلفزيون في كلتا الحالتين كسبيل للتزود بالمعلومة التربوية للظفر برعاية نفسية و تربوية للأبناء.

جدول رقم 13 يوضح عدد امتلاك أجهزة التلفزيون لكل عائلة مبحوثة

الامتلاك التلفزيون	التكرار	النسبة
01	67	55,33 %
02	38	31,67 %
03	11	9,67 %
أكثر من 03	04	3,33 %
المجموع	120	100 %

من خلال نتائج هذا الجدول نجد أن نسبة 55,33 % لديها جهاز تلفزيون وتحد، و هذا يعود إلى أسباب مادية، إذ يتراوح متوسط دخل أفراد العينة بين 10 و 15 ألف دينار جزائري، فضلا عن أسباب تتعلق بضيق السكن. بينما نجد نسبة 31,67 % لديه جهازين، وتحاول الكثير من العائلات امتلاك جهازين على الأقل، مما يمكنها من متابعة برامجها المفضلة بعيدا عن المنافسة في ما يتعلق بالبرامج المفضلة، بحيث نجد تسلط الرجال والاستحواد على الجهاز التلفزيوني لما يتعلق الأمر ببرامج رياضية.

كما نجد أن نسبة 9,67 % من العائلات التي تملك ثلاثة أجهزة تلفزيونية. و هي عائلات ميسورة ماديا تمكن الأطفال من متابعة برامجهم الخاصة. بالتالي يتصل الأطفال تدريجيا من المراقبة الاجتماعية و التفتح على البرامج التلفزيونية التي توجه للأطفال. مما يفتح منافسة تنشئية بين التلفزيون و التنشئة الأسرية.

في الأخير نجد نسبة 3,33 % من العينة المبحوثة لديها أكثر من ثلاثة أجهزة تلفزيون، وهي نسبة ضئيلة نجدها عند العائلات الميسورة ماديا و الذي يتيح الفرصة لكل أفراد الأسرة للأستقلالية بجهاز تلفزيون خاص .

جدول رقم 14 يوضح مكان مشاهدة التلفزيون

مكان مشاهدة التلفزيون	التكرار	% النسبة
البهو	72	60%
غرفة النوم	41	34,17%
المطبخ	2	1,67%
أماكن أخرى تذكر	5	4,164%
المجموع	120	100%

وجد 60 % من المبحوثات يشاهدن التلفزيون بالبهو ، كما كان عائلي مخصص للتجمع العائلي و كذا استقبال الضيوف، و بالمقابل تختاره سلطة الرقابة الاجتماعية كفضتء للتحكم في نوعية البرامج التي تليق بالنظومة القيمية للعائلة.

تليها نسبة 34,17 % يشاهدن التلفزيون في غرفة النوم، وهذا راجع لعدم وجود البهو و رغبة في الحميمية أو لتوافر أكثر من جهاز. أشارت الدراسات في هذا المجال إلى وجود التلفزيون في غرفة النوم كعمل مقال من الحميمية بين الزوجين نظرا لأنشغال كل طرف ببرامجه المفضلة.

ثم نجد نسبة 4,16 % يشاهدن التلفزيون بالمطبخ، وهذا دليل على المواظبة والمثابرة في متابعة البرامج التلفزيونية باستمرار و دون انقطاع.

وفي الأخير نجد نسبة 1,66 % تشاهد التلفزيون في غرف أخرى و هذا لتوفر الأجهزة.

جدول رقم 15 يوضح فترات متابعة برامج التلفزيون

النسبة %	التكرار	فترات متابعة البرامج
37 %	45	يومية
13,33 %	16	أسبوعيا
10 %	12	نصف شهري
35 %	42	شهر رمضان
4,16 %	05	أخرى
100 %	120	المجموع

من خلال النتائج ، نجد أن نسبة 37 % تتابع أم تشاهد التلفزيون يوميا من خلال ما يبثه من برامج ،خصوصا المواعيد اليومية مثل المسلسلات.بينما تليها نسبة 35 % تتابع البرامج التلفزيونية بنسبة مستمرة في شهر رمضان. إذ يعتبر شهر رمضان موعد تلفزيوني للمشاهدة من خلال الترويج للمسلسلات و الحلقات الدينية المعدة خصيصا لهذا الشهر الفضيل. تليها نسبة 20 % تتابع الحصص أنصف شهريا و هي حصص اجتماعية تعنى بالمجالات الاجتماعية و الاقتصادية التي تهتم شأن الأسرة و المجتمع. أما الحصص الأسبوعية، فهي غالبا ما تعنى بالشأن السياسي و الاقتصادي بالنسبة للتلفزيون الجزائري، غلا أن الفضائيات الوافدة عادة ما تعرض، أسبوعيا، برامجها الفنية الضخمة من طراز(ستار أكاديمي، آراب آيدول، آرابس قوت طالنت) المعروضة على شاشة م.ب.س و ل.ب.س و التي تستهدف على الخصوص فئة الشباب.، حيث نجد نسبة 13,33 % من أفراد العينة يتابعون مثل هذا النوع من الحصص الخاصة.

و في الأخير نجد نسبة 4,16 % تابع الحصص و البرامج التي تبث شهريا و التي تتعلق بالمواعيد الاجتماعية و الثقافية و الفنية.

جدول رقم 16 يوضح عدم امتلاك جهاز البرابول

النسبة %	التكرار	أسباب عدم امتلاك جهاز البرابول
71.42 %	10	عقائدي ديني
7.42 %	01	مالي
21.42 %	3	ثقافي
100 %	14	الجموع

تحتل الجزائر المرتبة الأولى عربيا من حيث امتلاكها للهوائيات المقعرة حيث يصل تعدادها إلى ما بين 15 إلى 20 مليون جهاز وأسباب الانتشار تعود إلى أن الجزائر لا تخضع امتلاك البرابول إلى قوانين وتشريعات أو رقابة، فضلا عن انخفاض أسعارها التي تصل ما بين 2000 و 800 دينار جزائري وبالتالي أصبحت في متناول الجميع وكانت الهوائيات المقعرة قد احتلت أسطح المنازل الجزائرية في منتصف الثمانيات في اشتراكات جماعية وصلت 109 جهاز لكل 1000 نسمة غير أن هذا العدد تضاعف يمرات نظرا للانتشار الواسع للبرابول الفردي هذا لا يعني انه لا يوجد من لا يمتلك جهاز البرابول لا سباب ما كما توضح نتائج هذا الجدول إذ أن نسبة 71.42 % لا تمتلك جهاز برابول لأسباب عقائدية واجتماعية فهي تهدد حسبها الدين او تشجع وتعمل على فساد الاخلاق خاصة عند الاطفال والشباب لما تحمله القنوات الوافدة عبر البرابول من سموم منافية للدين وتتفق مع هذا الطرح 21.42 % التي توعد عدم امتلاكها لجهاز البرابول لأسباب ثقافية محضة فالفضائيات تعد اختراقا للثقافة الوطنية إذ تعمل على طمس الموروثات الثقافية الأصلية وتتسرب لنا ثقافات غربية وأجنبية نتيجة العولمة التي مست كل مناحي الحياة أما نسبة ضئيلة جدا وهي 7.42 اوعزت أسباب عدم امتلاكها لجهاز البرابول إلى عدم استطاعتها ماديا و نشير إلى أن دخل الفرد الجزائري أثناء إجراء هذه الدراسة يقدر ب 15000 دج وهو ما يؤشر على ضعف القدرة الشرائية لشريحة واسعة من أفراد المجتمع.

جدول رقم 17 يوضح كيفية استعمال الوقت من طرف المبحوثات

النسبة %	العدد	توزيع الوقت
25 %	30	- مشاهدة التلفزيون
18,33 %	22	- لتربية الاطفال
12,5 %	15	- الطبخ
21,67 %	26	- اعمال منزلية
6,67 %	8	- اشغال ذات دخل مادي
4,17 %	5	- اشغال خارج المنزل
3,33 %	4	ترفيه، زيارات عائلية
8,33 %	10	- القيلولة
100 %	120	المجموع

تشير نتائج الجدول الى كيفية استعمال الوقت بالنسبة لأفراد العينة وتخصيص وقت لمشاهدة التلفزيون اذ نجد ان هناك تقارب في النسب او محاولة التوفيق بين المشاهدة و تربية الأطفال والقيام بالأعباء المنزلية الاخرى، وفي هذا الصدد نجد ان 25 % من المبحوثات يتفرغن بالكامل لمشاهدة التلفزيون. فيما تفضل نسبة 21,67 % مشاهدة التلفزيون بعد القيام بالاعمال المنزلية. و نجد ان نسبة 18,33 % يعتنين بتربية الاطفال في المقام الاول في حين نجد نسبة 8,33 من المبحوثات لا يستغنين على القيلولة، كما نجد نسبة 6,67 % يخصص وقتهن في القيام بأعمال ذات مدخول مادي كالخياطة والحلاقة وتحضير الحلويات وهذا يعيقهن على مشاهدة التلفزيون بشكل كامل. في حين تراجعت الزيارات العائلية والخروج من البيت الذي كان في السابق شائع جدا للترفيه والترويح عن النفس اذ نجد ان النسب المتحصل عليها متقاربة بين 3,33 % الى 4,17 % من المبحوثات من يقمن بذلك .

جدول رقم 18 يوضح الوقت المخصص لمشاهدة التلفزيون

النسبة %	العدد	المدة الزمنية
3,83 %	10	¼ (ربع ساعة
18,33 %	22	¼ الى ¾ (ربع ساعة الى ثلاثة ارباع
21,67 %	26	¾ الى 1 سا 30
51,67 %	62	اكثر من 1 سا و30
100 %	120	المجموع

تشير نتائج الجدول الى الحجم الزمني الذي تمضيه المبحوثات في مشاهدة التلفزيون اذ نجد نسبة 51 % من افراد العينة تقضي من ساعة ونصف فما فوق امام شاشة التلفزيون وهذا يدل على اهمية التلفزيون في حياة افراد العينة رغم ان بعض الدراسات تشير الى الاضرار التي تنجر عن مشاهدة التلفزيون لساعات طويلة في اليوم حتى وان ركزت هذه الدراسات على الاطفال الا انها لم تستثني البالغين في تعرضهم للسمنة وامراض السكر بسبب عدم بذل المجهود اثناء المشاهدة فضلا عن تحفيز التلفزيون عن الاكل اثناء المشاهدة¹ (المصدر : aldjadida .com) ونجد في المركز الثاني من يشاهدون التلفزيون من ثلاثة ارباع الى ساعة في اليوم بنسبة 21,67 % ويخص الامر بالأمهات التي تعتنى بتربية الاطفال وبالأعمال المنزلية في أن واحد وهو ما يدل على ان الوقت لا يتيح لها مشاهدة التلفزيون اكثر من ساعة. وفي الاخير نجد نسبة 21 % تشاهد التلفزيون لمدة ربع ساعة الى ثلاثة ارباع بسبب ظروف السكن اذ اننا نجد عائلات كبيرة مكدسة في غرفة او غرفتين وبالتالي تصبح مشاهدة التلفزيون صعبة .

¹المصدر : 2012/04/29 aldjadida .com

جدول رقم 19 يوضح فترات مشاهدة التلفزيون

النسبة %	العدد (التكرارات)	فترات مشاهدة التلفزيون
6,67 %	8	قبل الثامنة صباحا
12,5 %	15	من 8 سا الى 12 سا
20,83 %	25	وقت الذروي prime time من 12 سا الى 14 سا
16,17 %	20	من 14 سا الى 19 سا
29,17 %	35	Prime time 2 وقت الذروي للفترة المسائية من 19 سا الى 21 سا
14,17 %	17	ما بعد 21 سا مساء
100 %	120	المجموع

يعمل القائمون على اعداد الشبكات البرمجية بالتلفزيون على تحديد الوقت المناسب لكل برنامج حسب الفئة التي يستهدفها وعليه تتحدد فترات المشاهدة بالنسبة للمشاهدين وفي هذا الجدول نستعرض النتائج التي تحصلنا عليها فيما يخص تحديد افراد العينة للفترات التي يشاهدون فيها التلفزيون بحيث نجد ان نسبة 37% من افراد العينة تشاهد التلفزيون من 12 سا مساء الى غاية 19 سا وهو وقت الذروي الذي يستقطب اعلى نسب المشاهدة والاصغائية التلفزيونية بالنسبة للمرأة الماكثة في البيت وفيه تعرض المسلسلات و البرامج الاجتماعية والبرامج التي تعنى بشؤون المرأة بتليه في المركز الثاني نسبة 29 % من المبحوثات يشاهدن التلفزيون في الفترة التالية : من الساعة 19 الى غاية الساعة 21 مساء وهي الفترة التي تتنافس عليها المحطات التلفزيونية و الفضائيات على عرض المسلسلات الاجتماعية و الحصوص السياسية وفي هذه الفترة تكون المرأة الماكثة في البيت متفرغة تماما للمشاهدة. وفي المركز الثالث نجد نسبة 12,5 من افراد العينة تتابع البرامج الصباحية التي تعرض فيها بعض الفقرات التي تعنى بالطبخ والخياطة والتدابير المنزلية ومع وجود القنوات المتخصصة في ذلك اصبحت المرأة الماكثة في البيت بأستطاعتها متابعة فقراتها المفضلة عن الطبخ و الخياطة والازياء و الصحة في اي وقت تشاء نظرا لتوفرها على هذه القنوات

عن الطبخ و الخياطة والازياء و الصحة في اي وقت تشاء نظرا لتوفرها على هذه القنوات وبالتالي تفضل تخصيص الفترة الصباحية لاعمال البيت وشؤون الاسرة . وفي الخير نجد نسبة 6,67 % تتابع برامج التلفزيون قبل الثامنة صباحا وفي الغالب تكون برامج معادة او اخبار او حديث ديني بالنسبة لافتتاح القنوات الجزائرية خاصة بحيث تبادر امجها بالحديث الديني ثم فقرة الاطفال قبل ان تبدأ فقرة صباح الخير .

جدول رقم 20 يوضح القنوات الأكثر متابعة من قبل عينة البحث

القنوات	التكرار	النسبة
قنوات جزائرية	54	45 %
قنوات مغاربية	10	8,33 %
قنوات شرقية	32	26,66 %
قنوات فرنسية	15	12,5 %
قنوات غربية	9	7,5 %
المجموع	120	100 %

في ضل تعدد القنوات واكتظاظ الفضاء الإعلامي بها فضلنا معرفة القنوات الأكثر متابعة لدى عينة البحث فكانت نتائج الجدول تشير إلى أن 45 % من المبحوثات يفضلن متابعة القنوات الجزائرية وتنحصر في القناة الأرضية والجزائرية الثالثة وقناة الجزائر والتي اغلب برامجها باللغة الفرنسية إضافة إلى القناة الرابعة والناطقة باللهجات الامازيغية الخمسة (الشاوية، القبائلية، التارقية، الميزابية والشينوية) والقناة الخامسة وهي قناة القران واغلب برامجها دينية وثقافية في حين تفضل 26,66 % من أفراد العينة متابعة القنوات الشرقية و الفضائيات التي تفوق 500 فضائية بسبب الاستثمار

المتزايد الذي فسح المجال للتداول الحر الخاص بالتدفق التلفزيوني في البلاد العربية 1 °
(المرجع ثريا جعيبس التلفزيونات الفضائية العربية دار الفارابي بيروت 2009)

انتشار الفضائيات العربية وجد بالجزائر سوقا استهلاكية واسعة في ظل تطور أجهزة الاستقبال وغياب المنافسة الداخلية فضلا عن ما تقدمه هذه الأخيرة من برامج ترفيهية وأفلام ومسلسلات خاصة القنوات التي تعنى بالدراما والتي تستقطب بشكل كبير جمهور النساء ولا سيما الماكثات في البيت.

فيما نزل ترتيب القنوات الفرنسية في سوق المشاهدة الجزائرية بعد انتشار الفضائيات العربية و تأتي متابعتها من قبل أفراد العينة في المرتبة الثالثة بنسبة 12,5 % و كانت القنوات الفرنسية قد واكبت ظهور هوائيات الاستقبال في الجزائر فور إطلاق القمر الصناعي الفرنسي - تليكوم - عام 1984 ومع ترخيص وزارة البريد والمواصلات بعملية استيراد للهوائيات المقرة سنة 1986 بلغ العدد 500 وحدة وأشارت تقديرات عام 1991 أن 9 مليون جزائري موصول بالقنوات الفرنسية 2 ° (المرجع نشرية الإذاعات والتلفزيونات العربية السنة 2000) وتفسر متابعة الجزائريين للقنوات الفرنسية بالتمكن من اللغة الفرنسية ذات الانتشار الواسع في المجتمع الجزائري كونها لغة المستعمر. واعتمادها لغة أجنبية أولى في المدرسة الجزائرية . أما القنوات المغربية وخصوصا الفضائيات التي انتشرت في السنوات الأخيرة مثل المغربية الثانية والفضائية التونسية الخاصة نسمة و(ميدي 1 تفي) هذه القنوات التي نجحت في استقطاب الجمهور

في الجزائري ونلاحظ أن نسبة 8,33% من أفراد العينة تفضل متابعة القنوات المغاربية في حين نجد نسبة 7,5% تفضل متابعة القنوات الغربية وهي في الحقيقة فضائيات عربية تبث برامج غربية سواء من حيث المضمون أو اللغة مثل فوكس وتلفزيون الشرق الأوسط (أم بي س ماكس) وغيرها.

جدول رقم 21 يوضح الحصص الأكثر مشاهدة من قبل الاطفال

النسبة %	التكرار	المجالات
11,36%	15	تربوية- ثقافية
7,58%	10	تعليمية
0,76%	1	دينية
22,72%	30	العاب وترفيه
9,85%	13	وثائقية وافلام الخيال
26,52%	35	رسوم متحركة
9,09%	12	موسيقى
3,78%	6	اشهار
5,31%	7	رياضة
2,27%	3	افلام ومسلسلات
100%	132	المجموع

يتضح من إجابات أفراد العينة أن الرسوم المتحركة هي من البرامج الأكثر متابعة لدى الأطفال بنسبة 26,52% وتتميز الرسوم المتحركة باعتمادها الخيال و الافتراضية في طرح ومعالجة ثنائية الخير والشر بعرض بطولات خارقة يجد فيها الطفل كل المتعة .
وسط ديكور من الألوان والصور الزاهية, في حين يؤكد peaget أن تفكير الطفل في

سن 8 سنوات يعتمد على المحسوسات ويستعين في هذه المرحلة بالصور البصرية للأشياء التي يلاحظها لكي ينمي قدراته الفكرية 1. وفضلا عن أن الرسوم المتحركة تناسب مراحل عمرية معينة عند الطفل فنجده يترك كل ما بيده ليركز انتباهه حول ما يشاهد إضافة إلى حفظ أغانيها وترديدها من حين إلى آخر. غير أنها لا تخلو من مشاهد العنف ومضامين لا تمت لمجتمعاتنا بصلة، كما تعتبر البرامج التي تعتمد على عرض الألعاب من أكثر البرامج متبعة عند أفراد العينة بنسبة 22,72 % وهي برامج تعتمد على المنافسة والتسلية مثل برنامج **برج الأبطال** المستوحى من النسخة الفرنسية الأصل ويعتمد المغامرة و الاستكشاف في جو من المرح والتسلية.

وتحتل البرامج الثقافية و التربوية المرتبة الثالثة من حيث المشاهدة لدى أفراد العينة بنسبة 11,36% وهي عبارة عن برامج تثقيفية تعتمد المنافسة بين شخصين أو أكثر تطرح من خلالها أسئلة في الثقافة العامة وتشمل مختلف العلوم والآداب مثل برنامج من سيربح المليون الشهير والذي استقطب جمهورا واسعا في البلدان العربية ثم حورته إحدى القنوات العربية ليناسب سن الأطفال من حيث نوعية الأسئلة وكان برنامج **ساعة من ذهب** الذي عرضه التلفزيون الجزائري منذ سنتين للإعلامي سليمان بخليلي، وهو برنامج تثقيفي وتربوي وترفيهي في آن واحد استطاع أن يستقطب الجماهير من خلال استضافة أربعة متنافسين، يتأهل منهم اثنين لخوض غمار المرحلة النهائية من الأسئلة والتي تشمل الثقافة العامة، الأدب ومختلف العلوم لينال الفائز جائزة مالية. إضافة إلى برنامج آخر من

نفس القبيل، وهو خاتم سليمان الذي ذاع صيته في العالم العربي كون معد البرنامج ومقدمه سليمان بخليلي كان يعتمد على طرح أسئلته في الشارع والأماكن العامة على المواطنين، ويتنقل بالبرنامج إلى مختلف ولايات الوطن وأيضاً خارج البلاد بفرنسا، إنجلترا، مصر، تونس، المغرب، السودان والأردن وكان يطرح أسئلة في الثقافة العامة وأخرى دينية وكان الفائز يحصل عند الإجابة الصحيحة على خاتم من ذهب. أما حالياً فلا يوجد أي برنامج من هذا القبيل على قنوات التلفزيون الجزائري وبالتالي يلجا المشاهد أو المبحوثين مما شملتهم دراستنا إلى القنوات العربية والأجنبية لمتابعة هذا النوع من البرامج. تليها متابعة الأشرطة الوثائقية وأفلام الخيال بنسبة 9,85 % وهي نوع من البرامج نجدها على قنوات التلفزيون الجزائري لسد ثغرات البرمجة وتتناول الأشرطة الوثائقية المدبلجة والمستوردة من سوريا والأردن ولبنان مواضيع الطبيعة التنوع البيئي والحيواني وللأسف لا تستهدف تثقيف الأطفال بالنظر إلى توقيت برمجتها إذ عادة ما تبرمج في وقت متأخر بالنسبة للأطفال، العاشرة أو الحادي عشرة مساءً.

كما توصلت نتائج الدراسة إلى أن البرامج الموسيقية تحظى بمتابعة الأطفال بنسبة 9,09 % والأمر هنا لا يتعلق بتعليم أصول الموسيقى وقواعدها. بل تعرض هذه البرامج أغاني ماجنة، مصورة في ما يسمى بالكليب و غالباً ما تتناول مواضعه. العلاقة بين الرجل والمرأة ولا تتردد بعض الفضائيات العربية المتخصصة. في عرض أغاني مصورة بمشاهد ساخنة وأحياناً مشاهد من العنف ويعتمد هنا على المرأة في إبراز مفاتها

وطبعا هذا النوع من الأغاني له تأثير سلبي على الأطفال. في حين نجد قلة قليلة من القنوات والفضائيات التي تحترم المراحل العمرية للطفل وتقدم له ما يناسبه وما يحتاج إليه من برامج مثل قناة اقرأ طيور الجنة.

وتأتي البرامج التعليمية في المرتبة السادسة من حيث المتابعة بحيث نجد نسبة 7,58% من أفراد العينة تولي اهتماما للبرامج التعليمية الغائبة تماما عن شبكات البرمجة لقنوات التلفزيون الجزائري. بينما نجد العديد من الدول العربية خصصت قنوات لهذا الغرض وكانت مصر السبّاقة لذلك بتخصيص باقة كاملة من القنوات التعليمية لمختلف الأطوار أي من الابتدائي لغاية الجامعي أو المستوى العالي تبعثها كل من الأردن وسوريا والسعودية بإطلاق القنوات التربوية.

أما الرياضة أو البرامج الرياضية فتحظى بمتابعة 5,31% فقط نظرا لسن الأطفال, أفراد العينة الذي يتراوح بين: اقل من 6 سنوات بنسبة 30,30%.

و من 6 سنوات إلى 18 سنة 69% وفي هذه المراحل العمرية يفضل الأطفال والمراهقين قضاء الخارجي لقضاء أوقاتهم في اللعب مع الرفاق من المدرسة وأبناء الحي.

أما بالنسبة لمتابعة الإشهار من طرف أطفال أفراد العينة فكان بنسبة 3,78% وينم ذلك عن عدم تأثر الأطفال بالوصلات الاشهارية خاصة أن أكثر البرامج متابعه من قبلهم كالرسوم المتحركة لا يعرض فيها الإشهار ولا تكون تحت راع رسمي . أما الأفلام و

المسلسلات فجاءت في المراتب الأخيرة من حيث متابعة الأطفال لها أي بنسبة 2,27 % ومن حيث الإجابات المتحصل عليها برر الأطفال وأوليائهم إن مشاهدة هذا النوع من البرامج يكون من أجل التحصيل اللغوي.

وفي الأخير نجد البرامج الدينية بنسبة 0,76 % وهي لا تحظى بمتابعة الأطفال لها نظرا لمضامينها المعقدة والتي يصعب على الأطفال إدراكها أو استيعابها.

جدول رقم 22 يوضح الحصص التلفزيونية التي تفيد في تربية الأطفال حسب المجالات التالية كما تراها أفراد العينة :

النسبة %	التكرار	الحصص التي تفيد الأطفال
16,67%	20	المجال الديني
12,5%	15	التعليمي
9,17%	11	تربوي ثقافي
3,33%	4	وثائقي
0,83%	1	ترفيهي
1,67%	2	إعلامي إخباري
5,83%	7	رياضي
20,83%	25	أفلام ومسلسلات
13,33%	16	العاب
14,67%	17	رسوم متحركة
1,67%	2	اشهار
100 %	120	المجموع

بما أن عينة الدراسة تتمثل في النساء الماكثات في البيت فقد ارتأينا من خلال وضعنا لهذا السؤال أن نتعرف على جانب من المهام التي تعنى بها المرأة في البيت وهي تربية الأطفال، وهل تستعين ببرامج التلفزيون وكيف يكون اختيارها للبرامج التي تراها مفيدة في تربية الأطفال؟

فكانت النتائج على النحو التالي ، إذ ترى نسبة 20,83 % من المبحوثات أن الأفلام والمسلسلات قد تساعد أو تفيد في تربية الأطفال عندما تكون مضامينها هادفة فضلا عن اعتمادها لغة وتعرض مشاكل الأطفال في مجتمعنا العربي وتأثير المحيطين به على سلوكاته وشخصيته . وتأتي البرامج الدينية في المرتبة الثانية بنسبة 16,67% إذ ترى المبحوثات أن البرامج الدينية تفيد كثيرا في تربية الأطفال من حيث تركيزها على التنشئة الصحيحة فهي تدعو إلى التفريق بين الجنسين في المضاجع في سن معينة وتحت على تعليم الطفل المسلم الصدق وآداب المعاملة وطاعة الوالدين الخ . وتأتي الرسوم المتحركة في المرتبة الثالثة بنسبة 14,17% حسب إجابات أفراد العينة ورغم أننا لم نفهم كيف ربطت المبحوثات بين الرسوم وتربية الأطفال إلا أن هذا يدل على أن المستوى التعليمي للمرأة الماكثة في البيت مهم جدا في تحديد درجة وعيها وتأثيرها بما تشاهده على التلفزيون من برامج . إذ نجد أن 15 % من أفراد العينة لا تعرف القراءة والكتابة بينما 35 % منها لديها المستوى الابتدائي وهي بالتالي غير مؤهلة لاختيار

البرامج التي تفيدها في تربية أطفالها. وبالتالي الأحرى بالقائمين على التلفزيون الجزائري أن يخصصوا برامج هادفة تعنى قبل كل شيء بتوعية المرأة وتنقيتها.

كما توصلت نتائج البحث إلى أن نسبة 13,33% من المبحوثات تعتبر برامج الألعاب مفيدة جدا في تربية الأطفال فهي من البرامج التي تجمع بين التثقيف والترفيه وتعمل على إثراء الثقافة العامة عند المرأة الماكثة في البيت والطفل. كما أجابت 12,5% من المبحوثات أن البرامج التعليمية تفيد في تربية الأطفال وتوجيه المتدربين منهم وجاءت البرامج التربوية والثقافية في المرتبة السادسة وتعلل المبحوثات أن هذا النوع من البرامج قليل جدا على قنوات التلفزيون الجزائري خصوصا في السنوات الأخيرة حيث تم توقيف بث برامج كانت موجهة للأطفال مثل نادي الاثنين الذي كان يستضيف أطفال في جو تربوي وتنافسي على غرار برنامج بين الثانويات الشهير الذي كان يبث في الثمانينات إلى غاية التسعينات .

فيما ترى نسبة 5,83% من المبحوثات أن البرامج الرياضية تفيد في تربية الأطفال خصوصا إذ كانت على شكل تمارين تعنى بصحة وسلامة الجسم ولم تتردد بعض المبحوثات في الإفصاح عن رغباتهن في أن يصبحن أطفالهن من نجوم الرياضة لأنها أصبحت مورد مالي معتبر .

ونجد نسبة 3,33% من المبحوثات تعتبر أن البرامج الوثائقية مفيدة في تربية الأطفال خاصة تلك التي تتناول مواضيع الصحة والبيئة.

ونجد أن 1,67% من المبحوثات تعتبر أن البرامج الإخبارية تفيد في تربية الطفل من خلال المعلومات التي تقدمها في عدة مجالات . والنسبة نفسها نجدها فيما يخص الإشهار إذ تعتبر المبحوثات انه يفيد في تربية الأطفال وتعنى بالإشهار التربوي الذي يقدم حملات للوقاية من حوادث المرور أو تعليمات السباحة في فصل الصيف أو الإشهار الذي يحث على اللقاح أو الذي يعرض مواد فعالة لغسل اليدين من الجراثيم أو تناول نوع المواد الغذائية لأنه يساعد في تكوين فيتامين د D الخ.

أما البرامج الترفيهية فكانت في المرتبة الأخيرة بنسبة 0,83 % بحيث لا تعتبرها المبحوثات أنها تفيد في تربية الأطفال.

الجدول رقم 23 الذي يوضح طبيعة السلوكات الصادرة عن الأطفال عند مشاهدتهم
لمختلف برامج التلفزيون

النسبة %	عدد التكرارات	طبيعة السلوك
14,39 %	19	تربوي تعليمي
1,52 %	2	حضري
12,88 %	17	استهلاكي
26,52 %	35	تقليد (غناء , رقص , تمثيل , صنع أشياء)
16,76 %	22	لعب ورياضة
1,52 %	2	تسامح
22,73 %	30	عنف وعدوانية
3,79 %	5	لا يقوموا بأي سلوك
100 %	132	المجموع

يتضح لنا من خلال النتائج المحصل عليها في الجدول أن نسبة 26,52% من الأطفال يقومون بتقليد الشخصيات التي يشاهدونها على التلفزيون وتكون طبيعة هذا السلوك حسب المبحوثات أما بترديد الأغاني أو الرقص أو العبارات و الحركات المميزة. أو بصنع الأشياء التي يرونها على التلفزيون.

ونجد أن السلوكيات العدوانية تأتي في المرتبة الثانية من حيث طبيعة السلوكيات الصادرة عن الأطفال بسبب مشاهدتهم لبرامج التلفزيون خاصة تلك التي تعرض مشاهد العنف دون رقابة سواء من طرف القناة أو من طرف الأولياء بحيث نجد أن نسبة **22,73 %** من الأطفال يأتون بسلوكيات عدوانية هذا يفسر أن الطفل وفق قدراته العقلية وتركيبته النفسية فهو سريع التأثر والخلط بين عالم الواقع والخيال من تقليده للشخصيات السيئة أو الشريرة وفي هذا الصدد يؤكد الدكتور وليام لينسون أستاذ العلاقات الاجتماعية من جامعة بريطانية أن الأطفال الذين يقبلون على مشاهدة برامج العنف ، يتسم سلوكياتهم بصبغة اعنف أي بدرجة تزيد مرتين على أولئك الذين يشاهدون بدرجة اقل .وفي هذا الصدد أود أن اشيرالى الخبر الأليم الذي بثه تلفزيون النهار الجزائري حول انتحار الطفل محمد اكلي إحدى عشرة سنة بتاريخ 25 مارس 2012 بتيزي وزو وحسب تصريح قريبه وصديقه في الوقت نفسه أن الطفل انتحر بسبب مشاهدته لسلسلة كومان الكرطونية وخوفا من الرسوب في الامتحان قام بتقليد مشهد الشنق الذي أودى بحياته في غفلة من الأولياء الذي يتحملون مسؤولية ترك أبنائهم أمام التلفزيون بدون رقابة أو توجيه.

وفي المرتبة الثالثة نجد أن اللعب والحركات الرياضية من السلوكيات التي يقوموا بها الأطفال نتيجة متابعتهم للتلفزيون إذ يسعى الطفل إلى القيام بتجريب كل ما شاهده على التلفزيون وهذا طبيعي جدا بالنظر إلى سنه ودرجة فضوله .كما لاحظنا أن بنسبة **14,39 %** من الأطفال تقوم بسلوكيات تربوية وتعليمية بحيث يكتسب الأطفال جملة من

المعارف والمفردات اللغوية وهو ما أكدته لنا بعض الإجابات من أن الأطفال يتعلمن اللغة من المسلسلات المدبلجة . كما يحاولوا تشغيل النطق و المحادثة.

كما تكتسب نسبة 12,88% من الأطفال السلوك الاستهلاكي وهو ما يفسر تأثير الإشهار خصوصا في ما يقدمه من مواد غذائية كالياغورت والشكولاتة وعادة ما يستخدم الأطفال للترويج لمثل هذه المواد وهو ما يفسر انجذاب الأطفال نحوها .

أما السلوكات الحضرية فقد جاءت حسب النتائج المتحصل عليها ب 1,52% وهو ما يفسر افتقار التلفزيون لهذا النوع من البرامج التي من شأنها تكوين طفل صالح وبالتالي إنسان صالح من خلال توجيه الطفل نحو كل ما هو جميل ومفيد كعدم رمي القمامة إلا في الأماكن المخصصة لها أيضا آداب التعامل واحترام الغير وتجميل المحيط ومساعدة الآخرين الخ. وهي نفس النسبة أي 1,52% نجدها فيما يخص السلوكات التي تدفع إلى التسامح وهي نسبة ضئيلة جدا تفسر أن برامج العنف هي السائدة وبالتالي فالطفل بحاجة إلى برامج تدعو إلى التسامح ونبذ العنف وهو ما يفسر الدور التجاري للتلفزيون على حساب الدور التربوي.

كما نجد أن نسبة 3,33% لا تقوم بأي سلوك يذكر .

الجدول رقم 24 يوضح طبيعة الحصص التي تساعد على تربية الأطفال

النسبة %	التكرارات	الحصص
18,33%	22	الدينية
16,67%	20	التعليمية
12,5%	15	التربوية و الثقافية
8,33%	10	الافلام الوثائقية
/	/	الإشهار
/	/	الرياضية
/	/	الألعاب
4,15%	05	ترفيه عام
19,17%	23	لا توجد
8,83%	10	إعلام وأخبار
12,5%	15	الصحية
100%	120	المجموع

أعدنا السؤال على أفراد العينة بالصيغة التالية ما هي الحصص التي تساعد على تربية الأطفال حتى يتسنى لنا معرفة نوع البرامج والحصص التي تعتقد المرأة أنها تساعد فعلا في تربية الأطفال وهذا عندما لمسنا محدودية المستوى التعليمي لدى المرأة المعنية بالدراسة وعدم تمييزها بين البرامج التي تفيد أو تساعد في تربية الأطفال.

فكانت النتائج على النحو التالي :

ترى نسبة 19,17% من أفراد العينة أنها لا توجد حصص بالتلفزيون الجزائري أو على القنوات الأخرى تساعد في تربية الأطفال وهذا يخل بالدور المنوط بالتلفزيون الجزائري الذي جعل الخدمة العمومية إحدى أهدافه. تليها نسبة 18,33% من المبحوثات ترى أن البرامج الدينية تساعد في تربية الأطفال بما تنص عليه تعاليم ديننا الحنيف في تنشئة الطفل تنشئة صالحة تركز على الأخلاق الكريمة وقيم التسامح. وتتشهد المبحوثات بعناوين البرامج الدينية على التلفزيون الجزائري مثل: حصة فتاوى على الهواء، التاريخ عبرة، حي على الفلاح، الدروس المحمدية وعلى بصيرة. وترى نسبة 16,67% من المبحوثات أن الحصص التعليمية تساعد في تربية الأطفال لما تقدمه من مواضيع هادفة ومناهج ناجحة.

وفي المرتبة الرابعة نجد الحصص التربوية والثقافية والبرامج التي تتناول مواضيع الصحة والإرشادات الطبية إذ ترى نسبة 12,5% من أفراد العينة أنها تساعد في تربية الأطفال. لما تقدمه من معلومات و أساليب تربوية. كما نجد أن البرامج الإخبارية والأفلام الوثائقية تعتبرها نسبة 8,33% من المبحوثات أنها من البرامج التي تساعد

في تربية الأطفال لما تقدمه من نصائح وتوجيهات واستشهاد بالركن النفسي المدرج في برنامج صباح الخير على التلفزيون الجزائري وطبيب الصباح أيضا حصة إرشادات طبية التي تتناول الانشغالات الصحية بصفة عامة أما الإشهار والبرامج الرياضية والألعاب فلم تجد لها إجابات عند أفراد العينة واعتبرت المبحوثات أن الترفيه العام يساعد في تربية الأطفال بنسبة 4,15% واستشهدن بالبرامج التي تعتمد الترفيه للأصالة معلومة مفيدة عن طرق أغنية أو رقصة أو منولوج هادف.

الجدول رقم 25 الذي يوضح مشاهدة عينة البحث للإشهار

النسبة %	التكرار	مشاهدة الإشهار
92,5%	111	نعم
7,5%	9	لا
100%	120	المجموع

توضح النتائج المتحصل عليها أن نسبة 92,5% من أفراد العينة تشاهد الإشهار وتفسر ذلك بأنها مرغمة على المشاهدة لأن معظم البرامج من أفلام ومسلسلات و فقرات الطبخ والموضة يتخلل عرضها وصلات إخبارية لممولي هذه البرامج.

بينما نجد 7,5% من أفراد العينة لا تشاهد الإشهار لأسباب منها ما هو عقائدي ومنها ما هو اجتماعي حسب ما سنطرق إليه لاحقا .

جدول رقم 26 يوضح متابعة الإشهار أو الإعلان وفق المجالات التالية

النسبة %	التكرار	مجالات متابعة الاشهار
/	/	تربوي , ديني , ثقافي
30,83 %	37	غذائي
8,33 %	13	الحلي
/	/	اعلام واتصال
2,5 %	3	عقاقير و أواني
20,83 %	25	مواد تنظيف
25 %	30	مواد تجميل
8,33 %	10	أجهزة كهرو منزلية
1,67 %	2	أجهزة الهاتف والسيارت
100 %	120	المجموع

يتضح من النتائج المتحصل عليها أن نسبة 30,83 % من أفراد العينة تتابع الإشهار في المجال الغذائي وهو كالألبان والياغورت والحلويات والعجائن والزيوت والمشروبات وهي كثيرة ومتنوعة وتحفز على الاستهلاك. تليها في المرتبة الثانية مواد التجميل بنسبة 25% وهي تعد من اهتمامات المرأة وعادة ما تكون عبارة عن أصباغ الشعر والعطور

وشتى أنواع الزينة .وفي المرتبة الثالثة نجد مواد التنظيف بنسبة 20,83% ووتخص المواد التي تستعمل في غسل الأواني والملابس والكي وتنظيف الأرضية والحمامات وهذا النوع من المواد يلقي إقبالا لدى المرأة عموما والماكثة في البيت تحديدا .كما تستقطب متابعة الإشهار في مجال الحلّي 8,33% بحيث نجد ماركات عالمية وعربية تعتمد على الوجوه الفنية الأكثر شهرة في الإعلان وتسويق منتجاتها ونذكر في هذا الشأن الإعلامي جورج قرداحي مقدم برنامج من سيربح المليون على شاشة أم بي سي وكذا اعتماد المطربة اللبنانية إليسا في الإعلان عن المجوهرات. اقتداء بالتلفزيونات الغربية.

كما نجد أن الأدوات الكهرومنزلية حظيت بمتابعة 8,83% وهو ما يفسر أن ضعف الإقبال على هذا النوع من الإشهار الذي ترجعه إحدى المستجوبات إلى ضعف القدرة الشرائية وظروف السكن كعائق لاقتناء مثل هذه الأدوات .ونجد نسبة 2,5% من أفراد العينة تتابع الإشهار في مجال العقاقير والأواني كما تتابع نسبة 1,67% الإشهار عن السيارات وأجهزة الهاتف وهذا بداعي الفضول وحب هذه الأجهزة فهي تعرف بالمنتوج وتقدمه في أحسن صورة ما يحفز على اقتنائه بالنسبة للعائلات الميسورة.

جدول رقم 27 يوضح أسباب عدم التأثر بالإشهار أو الإعلان أو الإشهار

النسبة %	التكرار	أسباب عدم التأثر بالإشهار
39,39 %	13	اقتصادي- مالي
/	/	ديني - عقائدي
15,15 %	5	اجتماعي - ثقافي
12,12 %	4	عدم توفر المادة الواردة في الإشهار
/	/	ظروف السكن
/	/	ظروف المحيط
30,30 %	10	نوعية المنتج
/	/	المرافق و التجهيزات
3,03 %	1	أسباب أخرى
100 %	33	المجموع

يتبين من خلال النتائج المحصل عليها أن نسبة 39,39% من أفراد العينة لا تتأثر بالإشهار والسبب المالي اقتصادي إذ أن 27% من أفراد العينة لا يتعدى دخلها المالي الشهري 15000 دج وهو لا يكفي لسد الرمق في ظل ارتفاع الأسعار وتدنى القدرة الشرائية للمواطن الجزائري من ذوي الدخل الضعيف. وتأتي نوعية المنتج في

المرتبة الثانية بنسبة 30,30 % كأحد الأسباب لعدم التأثر بالإشهار إذ يرى المبحثون أن نوعية المنتج لا تكون مطابقة لما يعرض في الإعلان. وبالتالي يفقد المشاهد الثقة في المواد الواردة في الإشهار.

في المرتبة الثالثة نجد أن نسبة 15,15 % من أفراد العينة لا يتأثرون بالإشهار لسبب اجتماعي أو ثقافي وهو ما يفسر مضمون العرض الاشهاري الذي قد يتنافى مع الأخلاق أو القيم الاجتماعية الثقافية لمجتمعنا. و يوعز 12,5% من أفراد العينة سبب عدم تأثرهم بالإشهار إلى عدم توفر المادة المعلن عنها في الأسواق الجزائرية بينما تحفظ 3,03 % من أفراد العينة عن ذكر أسباب عدم التأثر بالإشهار .

جدول رقم 28 يوضح مدى بحث العينة عن المادة الواردة في الإشهار

النسبة %	التكرار	البحث عن المادة
59,17%	71	لا
40,83%	49	نعم
100%	120	المجموع

من خلال هذه النتائج نلاحظ أن نسبة 59,17% من أفراد العينة لا يبحثون عن المادة الواردة في الإشهار وهذا يفسر عدم تأثرهم به ويرجعون ذلك إلى أسباب في مقدمتها السبب المادي أو المالي أي أن القدرة الشرائية لا تسمح لهم بالحصول على المواد أو الأجهزة التي تعرض في الإشهار فضلا عن أسباب أخرى نتناولها بالتفصيل في الجدول رقم 26 .

بينما نجد نسبة 40,83% من أفراد العينة تستفسر عن المادة الواردة في الإشهار وتسعى للحصول عليها .

جدول رقم 29 يوضح مكان البحث عن المادة الواردة في الإشهار

النسبة %	التكرار	مكان البحث
60 %	36	المحلات التجارية
23,33 %	14	أسواق شعبية
6,66 %	4	نقاط البيع المخصصة
5 %	3	في الخارج
5 %	3	عن طريق الانترنت أو الهاتف
100 %	60	المجموع

يتبين من النتائج المحصل عليها أن 60 % الإجابات المتحصل عليها أن أفراد العينة يبحثون عن المادة الواردة في الإشهار في المحلات التجارية في المرتبة الأولى. بينما يبحث 23,33 % من أفراد العينة عن المنتج المعلن عنه في الأسواق الشعبية, كما نجد نسبة 6,66 % من أفراد العينة يقصدون نقاط البيع المخصصة والواردة أسفل الإعلان للحصول على المنتج وان كانت النسبة ضئيلة إلا أن نقاط البيع المخصصة انتشرت بشكل واسع بسبب وجود قنوات إعلانية واعتمادها لوكلاء بمختلف البلدان العربية . ونجد أن نسبة 5 % من يسعون للحصول على المنتج المعلن عنه في التلفزيون في الخارج ويتعلق الأمر بالأدوية أو مواد التجميل أما 5% من أفراد العينة فيستعملون

الأنترنت للبحث عن المادة المعلن عنها وهي نسبة ضئيلة تفسر اقتصار الأنترنت لدى العائلات الميسورة كما انه مكلف وكذلك لا زالت الذهنيات لا ترقى إلى استخدام وسائل الاتصال الحديثة في الحياة اليومية .

جدول رقم 30 يوضح أسباب عدم البحث على المادة الواردة في الإشهار

النسبة %	التكرار	الأسباب
56,58 %	43	اقتصادي - مالي
15,79 %	12	ديني - عقائدي
6,58 %	5	اجتماعي - ثقافي
14,47 %	11	عدم توفر المادة
/	/	ظروف السكن
/	/	ظروف المحيط
5,58 %	5	نوعية المنتج
/	/	المرافق والتجهيزات
/	/	أخرى
100 %	76	المجموع

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن نسبة 56,58 % من أفراد العينة يوعزون أسباب عدم البحث عن المادة الواردة في الإشهار على أنها أسباب مادية تتعلق بالقدرة الشرائية والتي لا تسمح باستهلاك مواد غذائية يعتبرونها من الكماليات. بينما ترى نسبة 15,79 % من أفراد العينة أن السبب عقائدي أو ديني فمثلا المواد المصنعة في الخارج

والتي تحتوي مواد معينة مثل لحم الخنزير أو كحول فهي لا تستهلك لسبب ديني .وترى نسبة 14,47 % من أفراد العينة أن مشاهدة عروض اشهارية في قنوات تلفزيونية مع العلم أن المواد المعلن عنها غير متوفرة في الجزائر يعد سببا كافيا لعدم البحث عن المادة الواردة في الإشهار .بينما ترى نسبة 6,56 % إن سبب عدم البحث عن المادة الواردة في الإشهار مرده اجتماعي ثقافي فهي مواد تتنافى مع مجتمعنا وثقافتنا وفي الأخير نجد أن نسبة 5,58 % ترى أن نوعية المنتج يعد من الأسباب التي تحول دون البحث عن المادة الواردة في الإشهار .

جدول رقم 31 يوضح آراء المبحوثات حول ضرورة وجود التلفزيون

النسبة %	التكرار	ضرورة وجود التلفزيون
95 %	114	ضروري
5 %	6	غير ضروري
100 %	120	المجموع

من خلال النتائج المتحصل عليها نجد أن نسبة 95% تعتبر أن وجود التلفزيون ضروري من حيث الإخبار والتواصل مع العالم الخارجي فهو الأنيس والمنفذ الوحيد للمرأة الماكثة في البيت.

كما نجد أن نسبة 5% لا تعتبر وجود التلفزيون ضروري وتستطيع أن تعيش بدونه فهي غير مسكونة بهوس اسمه التلفزيون .

جدول رقم 32 يوضح أسباب عدم مشاهدة بعض البرامج التلفزيونية

أسباب عدم مشاهدة	التكرار	النسبة %
توقيت غير مناسب	55	45,83 %
أسباب دينية - اجتماعية	11	9,16 %
اللغة كعائق	18	15 %
ظروف السكن	30	25 %
أسباب أخرى	6	5 %
المجموع	120	100 %

تبين نتائج الجدول أن نسبة 45% من أفراد العينة تعطل عدم مشاهدتها لبعض البرامج إلى التوقيت غير المناسب خصوصا فيما يتعلق بالتلفزيون الجزائري، فاختيار التوقيت عامل مهم لجذب المشاهد نحو برنامج معين ولهذا صنف المختصون الفترات الزمنية للمشاهدة واعتبروا أن التوقيت الذي ترتفع فيه نسبة المشاهدة بوقت الذروة أو (le prime time) وهو عادة ما يستبق نشرات الأخبار أو بعدها، خصوصا في الفترة المسائية حيث يركن الجميع إلى الراحة والاستلقاء أمام التلفزيون. غير أن مسيري البرمجة في التلفزيون الجزائري لا يكثرثون لذلك، إذ في كثيرا من الأحيان يعلن عن بث برنامج أو حصة

معينة وينتظر المشاهد موعد البث لكن تطراً تغييرات على البرامج ويتم التغيير دون سابق إنذار أو اعتذار من المشاهد فضلا عن برمجة حصص مهمة في أوقات غير مناسبة والأمثلة عديدة فعندما نخصص حصة تتناول التركيز على المرأة والشباب في برنامج الإصلاحات يحضرها أخصائون وتبث في يوم الأربعاء مثلا، المعروف بالسهرة الأوروبية حيث يتوجه الشباب نحو القنوات الرياضية فلا يشاهدون الحصة ولا تستطيع المرأة متابعة البرنامج إذ كان في البيت تلفزيون واحد. في المرتبة الثانية تحل ظروف السكن كعائق لعدم مشاهدة بعض البرامج بنسبة 25 % من المبحوثات ترى أن ضيق السكن عائق أمام مشاهدة بعض البرامج ,خصوصا وان هذه الدراسة أجريت على المرأة الماكثة في البيت والقاطنة بالإحياء الشعبية وتعرف هذه الأحياء اكتظاظا سكنيا يصل إلى بين 10 و 8 أفراد في مسكن يتكون من غرفتين أو ثلاثة غرف وهي ظاهرة تعرف بها أحياء العاصمة وضواحيها مثل: حي ديار الشمس و الغلاسيار و كلرفال وغيرها. وبالتالي وجود جهاز واحد للعائلة لا يتيح مشاهدة كل البرامج من طرف الجميع.

وترى نسبة 15% من أفراد العينة أنها لا تستطيع مشاهدة بعض البرامج رغم أهميتها بسبب العائق اللغوي واستقنين مثال ورد من خلال الإجابات حول برنامج إرشادات طبية الذي يتناول الانشغالات الصحية باستضافة أطباء مختصين, غير أن الأطباء يتكلمون بالفرنسية عن الأمراض والمصطلحات الطبية وكيفية العلاج والتشخيص. البرنامج موجه للنساء الماكثات في البيت دون اخذ في الحسبان درجة مستواهم التعليمي.

تليها نسبة 9,16% من المبحوثات تعلن عدم مشاهدتها لبعض البرامج التلفزيونية بموانع اجتماعية و دينية فبعض المتدينات يرون أن مشاهدة بعض البرامج إثم ومعصية كما تفيد بعض الإجابات عدم مشادة أغنية مصورة أو فيلم أو مسلسل مع الأخ أو الأب أو الابن بسبب الحياء. وعرفت هذه الظاهرة تفشيا بعد انتشار الحركات الإسلامية في الجزائر مطلع التسعينات.

وتمتع 5% من أفراد العينة عن مشاهدة بعض البرامج التلفزيونية معللة ذلك بنوعية البرامج التي لا ترقى للمشاهدة .

جدول رقم 33 يوضح تقييم المبحوثات لبرامج التلفزيون

النسبة %	التكرار	تقييم
40,83%	49	رديئة
31,67%	38	متوسطة
16,67%	20	مقبولة
10,83%	13	جيدة
100%	120	المجموع

تبين النتائج المتحصل عليها من خلال هذا الجدول أن نسبة 40,83 % من أفراد العينة تعتبر ما يقدمه التلفزيون الجزائري من برامج رديء سواء من حيث المضمون أو الشكل و الإخراج الفني للبرامج . فلا تزال مضامين الحصص هزيلة واللغة ليست سليمة والاعتماد على الارتجالية في تحضير البرامج وبنها في مواقيت غير مناسبة. وقد أُلصقت الرداءة بالتلفزيون الجزائري خصوصا بعد انتشار القنوات الفضائية الأجنبية وأصبح هناك مجالا للمقارنة .

بينما ترى نسبة 31,67 % أن ما يقدمه التلفزيون الجزائري من برامج متوسطة مقارنة بما يبث على القنوات العربية و الأجنبية . وترى هذه الفئة من المبحوثات أن التلفزيون

الجزائري بإمكانه أن يقدم الأحسن خصوصا وان دولة بحجم الجزائر وبإمكانياتها ولا تملك تلفزيون قوي يعبر عنها و يحد من تهجير جمهور المشاهدين إلى القنوات الأجنبية.

وفي المرتبة الثالثة نجد نسبة 16,67% من أفراد العينة تعتبر برامج التلفزيون الجزائري مقبولة. وتعتبره تلفزيون العائلة بحيث لا يقدم الأفلام أو الكليبات الخادشة للحياء ويستهدف كل الفئات العمرية للمشاهدين من خلال تعدد برامج وتتنوعها.

وفي الأخير نجد نسبة 10,83% من أفراد العينة تعبر مستوى برامج التلفزيون الجزائري بالجيدة و تعتبره الأفضل مقارنة بالتلفزيونات الأخرى .

جدول رقم 34 يوضح آراء المبحوثات حول ضرورة وجود قنوات وطنية أخرى

النسبة %	التكرار	ضرورة وجود قنوات أخرى
22,5 %	27	عمومية
77,5 %	93	خاصة
100 %	120	المجموع

يتبين لنا من خلال قراءة هذه النتائج انه لا مناص من وجود قنوات أخرى إذ لا يوجد هناك اختلاف على ضرورة وجودها ,وتفضل نسبة 77,5 % أن تكون قنوات خاصة لان احتكار الدولة لقطاع السمعي البصري لم يترك أثرا طيبا لدى الجماهير كما يرى أستاذ العلوم السياسية بجامعة الجزائر احمد زغدار ,انه من مصلحة السلطات الجزائرية الإسراع في إقرار فتح الحقل السمعي البصري أمام القطاع الخاص سيما على البعد الاستراتيجي لتجنب تداعيات غير محمودة العواقب

بينما ترى نسبة 22,5 % من أفراد العينة ضرورة وجود قنوات عمومية أخرى تكون موضوعاتية كان تخصص في الصحة أو السياحة أو التعليم وقد باشرت الدولة هذا المشروع الذي تضمن في بدايته قنوات جهوية وأخرى موضوعاتية كتخصيص قناة رياضية وأخرى للشباب وقناة برلمانية إلا أن المشروع لم يرى النور بعد واكتفى

التلفزيون الجزائري باستنساخ قنوات أخرى ليست مستقلة عنه ماليا وإداريا منها القناة الخامسة التي تعرض البرامج الدينية والقناة الرابعة الناطقة باللهجات الامازيغية: (القبائلية، الشاوية، التارقية، المزابية والشنوية) وتعتمد القناة على دبلجة الأعمال المنجزة بالعربية فضلا عن بعض الانتاجات الهزيلة إضافة إلى بعض الحصص المستنسخة والتي لا ترقى لمتطلبات المشاهد وخصوصيته الثقافية والجغرافية .

نتائج عامة

نستعرض اهم النتائج التي تحصلنا عليها عند اجرائنا للجانب الميداني للدراسة ومن خلال تناولنا لمعايير : السن ،الجنس ، مستوى التكوين و الحالة المدنية ، موقع السكن وطبيعته و طبيعة منطقة السكن ايضا الصف الاقتصادي او نمط العيش للمبحوثات و يرجع تفسير ذلك تحديدا الى اختلافات خاصة إذا تعلق الأمر بمنطقة حضرية أو ريفية وان كان نمط المساكن متفرقة أو مجتمعة ، باعتبارها شروط سوسيوديموغرافية لدراسة تأثيرات التلفزة : حيث أمكن التحقيق من الكشف عن 80 % من المبحوثات تقطن بمناطق حضرية منها نسبة 55,83 % تعيش في مساكن جماعية أي عمارت يصل عدد طوابقها أحيانا إلى أكثر من ثلاثة عشر طباقا تتسم بالاكنتاظ وتجمع بين العائلات المتوسطة الدخل مع تلك المحدودة الدخل او التي لا تملك دخل محدد حيث تعكس نسبة 32% وهي اعلى نسبة .امتلاك 3 غرف .

و بالتالي فإن نسبة 48 % من عينة البحث لا تشاهد كثير من البرامج التلفزيونية بسبب ظروف السكن ،خصوصا وان العائلة الجزائرية في المتوسط هي عائلة كبيرة العدد و يمكن الانطلاق من فكرة الفضاءات المتاحة في المسكن. إذ يمكن اعتبار رحابة المساحة تتيح فرصة و أمكانية الاختيار لبرامج التلفزيون و ضيقها يفرض تقلص الحريات أن تواجد أكثر من شخصين داخل الغرفة الواحدة يملى عليهم الأشتراك في مشاهدة البرامج.و ينطبق ذلك على المشاهدة الجماعية لبرامج التلفزيون في الاوساط الشعبية و الأسر الممتدة.بحيث جرت العادة أن يتم أيداع جهاز التلفزيون في بهو المنزل و تتم المشاهدة الجماعية للبرامج.هذه الشراكة حيث نجد نسبة 60 % من افراد العينة يشاهدون التلفزيون في البهو ما شكل عائقا لمتابعة البرامج المفضلة او القنوات المفضلة بالنسبة للمبحوثات فضلا عن أزمة السكن نجد ان القدرة الشرائية او الحالة المادية من العوامل التي تحدد علاقة المبحوثات بالتلفزيون ففي سياق التحقيق الذي أجريناه وجدنا

أن 55 % من العينة المبحوثة لا تستطيع ان تملك اكثر من جهاز تلفزيون واحد (01) فقط لأسباب مادية , حيث ان 27 % من العوائل المبحوثة يتراوح دخلها الشهري من 10000 إلى 15000 دينار جزائري .

- 63,33 % من المبحوثات ذو الفئة العمرية من 20 الى 34 سنة

يبدو ان التلفزة تحدث جاذبية ,ابتداء من سن المراهقة حيث تزداد درجة المواضبة على الشاشة بسبب تفضيل برامج الترفيه و الاعمال الدرامية (المسلسلات) في حين نجد ان 27,98 % والتي يتراوح سنهن من 39 الى اكثر من 50 سنة يفضلن الاعمال الدرامية و البرامج التي تهتم بالمرأة كالصحة و الجمال و الطبخ وشؤون الاسرة والتدابير المنزلية و الديكور .

فيما يخص المستوى التعليمي والتكويني للمبحوثات فإن اغلب افراد العينة ونسبتها 35 % لديها المستوى الابتدائي المحدود وبالتالي تأتي متابعتها للتلفزيون رغبة في تحسين المستوى واكتساب معارف جديدة و رفع مستوى المناقشة مع الاخرين على حد تعبير احدى المبحوثات .

- 45 % من المبحوثات تشاهد القنوات التلفزيونية الجزائرية لان برامجها حتى وان كانت متواضعة الا انها ليست مخلة بالحياء ، وهذا يفسر الظروف التي تتم فيها مشاهدة التلفزيون من قبل المبحوثات حيث تتم مع جميع العائلة .

- تخصص نسبة 51 % من افراد العينة من ساعتين ونصف فما فوق لمشاهدة التلفزيون بينما تنفرغ 25 % من المبحوثات كليا لمشاهدة التلفزيون وهذا يدل على اهمية التلفزيون في حياة افراد العينة كما نجد ان نسبة 37% من المبحوثات تشاهدن التلفزيون من 12 سا ظهرا الى غاية 19 سا وهو وقت الذروي الذي يستقطب اعلى نسب

المشاهدة والاصغائية التلفزيونية وفيه تعرض المسلسلات و البرامج الاجتماعية والبرامج التي تعنى بشؤون المرأة .خصوصا على القنوات العربية .

- تقوم 48 % من المبحوثات بالاعمال المنزلية وتربية الاطفال معا ، خصوصا ان النسبة نفسها لديها من 05 اطفال الى اكثر يتراوح سن 69 % منهم من 06 سنوات الى 14 سنة مهمة ليست بالسهلة تتطلب كثيرا من الوقت والجهد لرعاية افضل ، وهنا تستعين المرأة بالتلفزيون الذي يقاسمها تربية الاطفال من خلال البرامج المقدمة او تلك المستهدفة للاطفال غير ان النتيجة التي توصلنا اليها من خلال هذا التحقيق تفيد بأن اغلب المبحوثات بنسبة 19,83 % يؤكد عدم وجود برامج تساعد على تربية الاطفال سواء على التلفزيون الجزائري او القنوات والفضائيات العربية و الاجنبية .

كما توصل التحقيق الى نتيجة ان اغلب المبحوثين من الاطفال اي بنسبة 26,52 % من يفضلون مشاهدة الرسوم المتحركة في المقام الاول وان 22,73 % يقومون بأعمال عنف و عدوانية نتيجة تقليد البرامج التلفزيونية التي لا تتردد في عرض مشاهد العنف للاطفال .بينما نجد نسبة 1,52 % ممن تعلموا بعض السلوكات الحضرية و التسامح وهي نسبة ضئيلة ومؤسفة تفسر تراجع دور التلفزيون التربوي الى صالح التلفزيونات التجارية

- تتابع نسبة 92,5 % من افراد العينة الاشهار وتهتم 75% منها بالاشهار في مجال المواد الغذائية و مواد التجميل والتنظيف . وبالتالي يتضح تأثر المرأة الماكثة في البيت (المعنية بالدراسة) بالاشهار التلفزيوني من خلال الإقبال على الاستهلاك .

ترى نسبة 40,83 % من المبحوثات ان برامج التلفزيون الجزائري رديئة مقارنة بما يعرض على التلفزيونات الاخرى ، وقد ارتبطت صفة الرداءة واليتم بالتلفزيون الجزائري لتلازمه في ظل المشاكل التي يعاني منها التلفزيون على اكثر من صعيد منها

سوء التسيير ضعف الانتاج وتخلف التلفزيون الجزائري عن مواكبة التحولات السريعة التي يعيشها المجتمع فضلا عن عدم تكفله بحاجيات مختلف شرائح المجتمع ومنها شريحة المرأة الماكثة في البيت التي تامل ان تحظى انشغالاتها باهتمام القائمين على البرمجة التلفزيونية

كما توصلنا في سياق بحثنا الى ان 77,5 % من المبحوثات يرون ان وجود قنوات تلفزيونية خاصة ، اصبح ضروري ، غير ان توجس الدولة من هواجس الانفتاح ، اخر الافراج عن قانون الاعلام الجديد والذي ينتظر منه انشاء قنوات تلفزيونية عمومية و خاصة رغم ذلك فالمشهد الاعلامي الجزائري شهد ولادة قيصرية لبعض القنوات الخاصة منها :قناة المغاربية التي تبث من العاصمة البريطانية ،لندن و تلفزيون النهار (الاخبارية) وتلفزيون الشروق وبقاىة اخرى من الفضائيات الجزائرية التي مازالت في بداياتها وان كانت بدايات محتشمة اي لم نلاحظ منها ذلك الجانب المهني واللوجيستي القوي المبهر،مثل بدايات قنوات الجزيرة والعربية .ومع ذلك ننتظر منها الحفاظ على الخصوصية الثقافية الجزائرية و الدفاع عنها .

الخاتمة:

الثقافة في الوعاء الاجتماعي تتميز بخصوصية و متغيرات تعمل على غربلة منظومة القيم الاجتماعية و الدينية و السياسية و التربوية- الكثير من البرامج تحمل مضامين ثقافية و تربوية قد لا تتلائم مع خصوصيتنا الوطنية ،تستهدف المرأة في المقام الاول ، لإحداث التغيير بفضلها- تتقلد المرأة مكانة اجتماعية غير معلنة بالرغم من القيم و التقاليد التي تطوقها-فهي قادرة على اساليبها لتمرير خطابها و رسالتها- تستحوذ على التنشئة الاجتماعية دون منازع-فهي التي تعزز الدور التربوي للتلفزيون وتعيد انتاج ما استهلكته من التلفزيون - كما يمكن أن تناقض ذلك بأحداث موانع و مراقبة مستديمة للأطفال لكنها تغفل عن هذه المراقبة لما تقع ضحية بعض البرامج التي تستهويها.

طغيان البرامج الترفيهية التافهة كالأشهار و عروض الأزياء و المسلسلات حتى تجعل منها متعامل غير رسمي للترويج للأذواق و الأفكار و الثقافات في شتى المناسبات الاجتماعية التي تكون فيها المرأة هي المحور الاجتماعي لتمرير الرسائل الاجتماعية ،

واشغال جزء من ساعات البث في الموضوعات التي تحصر اهتمامات المرأة في دائرة ضيقة تنطلق بالأهتمام بالشكل وتنتهي اليه . وفي المقابل لا تزال العادات و التقاليد تحد من ممارسة المرأة لأدوارها الفعلية في ضل اصرار وسائل الاعلام ومنها التلفزيون على تكريس الصورة السلبية للمرأة ، في غياب ارادة سياسية جدية للنهوض بالمرأة وتمكينها من المشاركة البناءة في تشييد المجتمع والرقي به .

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية

الكتب:

1. احمد عبد المالك: فضائيات ط1 دار مجدلاوي للنشر عمان 2000
2. الهادي خليل: رمية النرد التلفزة والسينما والفوتوغرافيا مقالات في الصورة دار سحر للنشر تونس 1999
3. الصاقوط محمد : المواطنة والوطنية , مطبعة النجاح المغرب 2007
4. الزبير سيف الإسلام الإعلام والتنمية في الوطن العربي ط2 المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائر 1986
5. برتراد رسل : التربية و النظام الاجتماعي, منشورات دار مكتبة الحياة الطبعة 2 لبنان 1978
6. تيودور كابلوف : البحث السوسولوجي ترجمة نجاه عياش دار الفكر الجديد بيروت 1979
7. ثريا جعيبس: التلفزيونات الفضائية العربية نضام إعلامي متطور 1960 2004 ط1 دار الفارابي بيروت 2009
8. جون ر بيتر: مقدمة في الاتصال الجماهيري ط4 مركز الكتب الأردني 1986
9. حسن الساعاتي : علم الاجتماع الخلدوني , قواعد المنهج , ط 1 , دار النهضة العربية بيروت 1972

- 10.** د وريس ايه جريبير ترجمة د اسعد أبو لبدة مراجعة فاروق جرار : سلطة وسائل الإعلام في السياسة ط1 دار البشير عمان 1999
- 11.** دويونالد بوج : الراديو و استخداماته في التنمية الاجتماعية منظمة الامم المتحدة للتربية والعلوم السنة (ب ت)
- 12.** زيدان عبد الباقي: وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية و التربوية دار النشر مصر 1974
- 13.** ستيفن إنزلابير ,روي بير,شانتو اينجر : لعبة وسائل الإعلام السياسة الأمريكية في عصر التلفزيون ترجمة د- شحدة فارغ مراجعة د فاروق منصور، ط 1 دار البشير عمان 1999
- 14.** شكري عبد المجيد : الاذاعات المحلية لغة العصر , المركز الجامعي للتصوير والطباعة الالكترونية مصر , 1986
- 15.** شرف عبد العزيز : مدخل الى وسائل الإعلام - الصحافة - الإذاعة - التلفزيون و السينما , دار الكتاب المصري , دار الكتاب اللبناني , بيروت 1980
- 16.** طارق سيد احمد : الإعلام المحلي و قضايا المجتمع دار المعرفة الجامعية مصر (ب ت)
- 17.** عبد الحميد حيفري التلفزيون الجزائري واقع وآفاق المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائر 1985
- 18.** كارل بوبر : المجتمع المفتوح و اعداؤه , ترجمة السيد نفاذي , التتوير ,لبنان 1998

19. ماري وين ترجمة عبد الفتاح الصبحي : الأطفال ولإدمان التلفزيوني عالم
المعرفة 1998

20. محمد المجدوب: تأملات في المرأة و المجتمع مؤسسة الرسالة (ب ت)

21. محمود عودة: أساليب الاتصال و التغيير الاجتماعي دار النهضة العربية بيروت
1977

22. مصطفى حجازي: التخلف الاجتماعي مدخل إلى سيكولوجية الإنسان المقهور
المركز الثقافي العربي ط 10 2007

23. مصطفى محمد عيسى فلاتة : الإذاعة السمعية وسيلة اتصال و تعليم , النشر
العلمي و المطابع جامعة الملك سعود 1417 هجري

24. نوال عمر : الإذاعة المحلية ودورها في تنمية المجتمع المحلي , المركز العربي
للدراسات الإعلامية القاهرة 1991

25. نور الدين طواليبي : في اشكالية المقدس، منشورات عويدات، لبنان 1988

26. نور الدين طواليبي : الدين والطقوس والتغيرات، عويدات، لبنان 1988

27. ناهد رمزي: المرأة والإعلام في عالم متغير ط1 الدار المصرية اللبنانية القاهرة
2001

28. نهوند القادري عيسى: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم
التفكيك ط1 مركز الدراسات العربية بيروت 2008

29. نصر الدين العياضي: وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع آراء ورؤى دار
القصبة 1998

30. يوسف مرزوق : مدخ

31. ل إلى حرفية الفن الإذاعي , مكتبة الانجلو مصرية 1985

المجلات والدراسات :

32. احمد حمدي : التدفق الاعلامي على ضفاف المتوسط الندوة الدولية لوسائل الإعلام السمعية والبصرية الجزائر افريل 2002.

33. المنصف وناس : التلفزة وتحديات التنشئة الاجتماعية الإذاعات العربية العدد 1 تونس 2000 .

34. بلقاسم مصطفىاوي : المجتمعات المغاربية تحت التأثير ,فضاءات للبحث ومنافسة داخل المجال المرئي ,نقد مجلة للدراسات والنقد الاجتماعي العدد الثامن و التاسع الجزائر

35. جون نويل ديبيي: التلفزيون العمومي في عصر الرقمنة ,رهان ديمقراطي وثقافي الندوة الدولية لوسائل الإعلام السمعية والبصرية الجزائر 2002 .

36. زينب معادي: البحث العلمي وواقع المرأة المغاربية ط1 منظمة تجديد الوعي النسائي المغرب 2011

37. عبد القادر بن الشيخ ,محمد خمدان الجمهور العربي و البث الفزيوني المباشر عبر القنوات الفضائية منشورات اتحاد اذاعات الدول العربية 1998

38. عبد الله بوجلال : الأطفال والتلفزيون المجلة الجزائرية للاتصال العدد 9 الجزائر 1996

39. عزي عبد الرحمن : العلام والبعد الثقافي من القيمي إلى المرئي المجلة الجزائرية للاتصال جوان 1996

40. عزت حجاب : وسائل الإعلام وأثرها في المجتمع العربي المعاصر المجلة الجزائرية للاتصال العدد التاسع الجزائر 1992

41. عزت عجان الإعلام والدعاية بين الحاجة والتبعية المجلة الجزائرية للاتصال العدد 05 الجزائر 1991

42. محمد حمدان و المنصف وناس : الانعكاسات الثقافية و الاجتماعية للبث الأجنبي المباشر , منشورات اتحاد الإذاعات والتلفزيونات العربية 1998

43. مداخلات حول المرأة المغاربية والإعلام , الندوة الثالثة والرابعة للجنة المرأة و الطفولة الجزائر 2007

44. مقراني الهاشمي: التلفزيون الأوروبي بل حدود المجلة الجزائرية للاتصال العدد 09 الجزائر 1992

45. نور الدين بليبيل اثر قنوات التلفزيون الفرنسي على الثانويين الجزائريين مجلة الاذاعات العربية العدد 3 السنة 2000

46. نصير بوعلي : البث التلفزيوني المباشر و الحضارة القادمة مجلة الإذاعات العربية العدد 4 السنة 2000

47. نصر الدين العياضي : اشكالية التلفزيون بين الاستثناء الوطني والاستثناء الثقافي مجلة الاذاعات العربية العدد 1 تونس 2000

ا. المعاجم والموسوعات

48. - الموسوعة الإعلامية في فنون الصحافة و الإعلام والاتصال، سبتمبر 2009

49. - دينكن ميتشل: معجم علم الاجتماع، دار الطليعة، بيروت ط 1 (1981)

50. - غيث محمد عاطف: قاموس علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب ،
القاهرة 1979

51. معجم مصطلحات الإعلام عربي - فرنسي - انجليزي، دار الكتاب المصري،
دار الكتاب اللبناني ط 2 1994

أطروحات ورسائل جامعية :

52. بومعزة السعيد: اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب (أطروحة
دكتوراة دولة) كلية العلوم السياسة و الإعلام , جامعة الجزائر 2009

53. سميرة بلغيثية: الدراما التلفزيونية العربية وجمهور النساء الماكثات في البيت
(مذكرة ماجستير) ، كلية العلوم السياسية والإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال
،جامعة الجزائر 2010.

54. سالم زغلولة : صورة المرأة العربية في الدراما المتلفزة (مذكرة ماجستير) قسم
الاتصال جامعة الملك حسين الأردن 1997 .

55. مزيان ناجية: جمهور الفضائيات العربية (مذكرة ماجستير) قسم علوم الإعلام
والاتصال جامعة الجزائر 2006.

I. Ouvrages

56. André Akoun : Sociologie Des Communications De masse ; HACHETTE Livre Paris 1997

57. André-Jean TudesQ : Les Médias En Afrique ; édition ellipses marketing S .A paris 1999

58. Bernard Blin : Etudes et recherches sociologiques sur la télévision Solvay n° 181 Bruxelles 1991

59. Bernard Miege : La société conquise par la communication **tome 1** (logiques sociales) PUG Grenoble 1989

60. Bernad Miege : la société conquise par la communication **tome 2**(la communication entre l'industriéet l'espace public) PUG 1997.

61. Bernard Miege : la société conquise par la communication **tome 3** (les tic entre innovation technique et ancrage social) PUG 2007

62. Cazeneuve Jean : sociologie de la radio – télévision , presse universitaire de France 1999

63. Elisabeth Gérin . « télévision, notre amie » Ed . Centurion ,1997 paris

64. Erik Neveu : Sociologie du Journalisme Edition La découverte paris 2001

65. Fatma Zohra Sai : **Les Algeriennes Dans Les Espaces Politiques** Entre la fin D'un millénaire et l'aube d'un autre

- 66. Francis Balle** : Media et société , Montchrestien paris 1999
- 67. François Jost** : Introduction a' L'analyse De La Télévision édition ellipses marketing S .A paris 1999
- 68. FESHBACH and Singer** : television and AGGRESSION HAPER NY 1998
- 69. Gary Steiner** « the people look at television » .KNOFF . N Y . / London 1993
- 70. Georges GURVICH** : traité de sociologie Edition GALLIMARD Paris 1998 tome 1
- 71. Gerard Metayer** : La Société malade de ses Communication édition Offest saint-Etienne France 1980
- 72. Guy Lochard – Jean-Claude Soulages** : La Communication télévisuelle édition Armand Colin ,paris 1998
- 73. HELENE DUCGINI** : la Télévision ET Ses MISES EN Scène édition NATHAN Paris 1998
- 74. Henri Bourjois** : *La télévision nous fait-elle la morale ? Médias et éthique du public*, Centurion, paris 1993
- 75. JEAN. Cazneuve** : « Les élites contre la télévision » ;contributions a la sociologie de la connaissance .paris Anthropos 1997
- 76. Jean CLUZEL** : Education et culture et tv , Librairie de droit Bruxelles 1998
- 77. Jeane –Françoise Revel** : La Nouvelle Censure , Un Exemple De Mise En Place De La Mentalité Totalitaire Edition Robert laffont paris 1977.

- 78. Jean Jacque Rousseau** : Du contrat sociale , SNED ;Algérie 1980
- 79. KARL POPPER** : LA télévision : un danger pour la démocratie édition 10 /18 paris 1994
- 80. Liliane Lurçat** : Des Enfances Volées Pars La télévision 2^e édition EVIDENCE Paris 2000
- 81. Macluhan Marchal** : Pour comprendre les medias ,édition du seuil 1967
- 82. Mac Luhan** : les pouvoirs de la télévision Gallimard , paris 1998
- 83. Marcel Cornelis** : Communication Ou Manipulation édition Empirika France 1982
- 84. Marie Christine Colinon**: La Communication Relation Publiques Pubicité Et Journalisme , édition Bayard France 1990
- 85. Michel meyer** : Le livre noir de la télévision ;
Editions: Grasset et Fasquelle Mars 2006
- 86. Medhar Slimane** : tradition contre développement ,ENAP, algérie 1992
- 87. Pierre bourdieu** : Sur La Télévision . Edition Raison D'AGIR paris 1996 .
- 88. Philippe BRETON** : l'argumentation dans la communication ; Edition CASBAH Alger 1998
- 89. Paul MIQUEL** : histoire de la radio et la télévision Perrin paris 1994
- 90. Philippe BAUCHARD** : the CHILD Report UNESCO , Paris 1992
- 91. Theroux James** : Technique visant améliorer 1979

92. Xavier Càuture : LA DICTATURE DE L'EMOTION O'ù va la télévision ? 'Editions Louis Audibert ,paris 2005 .

Revus Et Articles :

93. Ali Rabia : la formation des cadres De La Radio- Télévision Algérienne Revue Algérienne no 9 1992

94. Fatma –Zohra Sebaa ,NouriaBenghabrit-Remaoun et

95. BadraMoutassem-Mimouni : VIOLENCES ENVERS Les Femmes En Algérie

96. Femme Algérienne ... Réalité et Données ,Ministère Délégué Chargé de La Famille et La Condition Féminine Alger 2007

97. Enquête national de prévalence, Ministère Délégué Chargé de la Famille Et De La Condition Féminine Alger 2003

98. jacques LACOMBLEZ : les radio et ces publics CERT n° 33 1996

99. Kamel BOUREZG :Développement durable et biodiversité Rapport PNUD Alger 1999 et CR de Recherche CIEH bordeaux 2001

100. Kamel BOUREZG : Etudes économiques et écologiques en Algérie , Evaluation intégrée ,Rapport d'Etudes et de recherches pour le certificat d'Ecologie Humaine (CIEH) Bordeaux /Genève / Bruxelles / Lisbonne 2000 /2001

101. Gorer Bogart : Bilan comparés de recherches sur 10 ans de télévision aux usa et Grande Bretagne CECMAS . London 1990

102. Roger Glausse : Réflexion sur le schéma bidimensionnel , communication sur les technologies de diffusion et communication Revue CERT N° 3 PARIS 1988

1. ماريو انور, المرأة في الاعلام والاعلان (2005/09/15),
marioanwar36@hotmail.com
2. محمد الحضيف, وسائل الاعلام والجمهور :حقيقة التاثير...! (الخميس 25 مارس 2010), (زيارة الموقع:2011/03/14)
<http://islamtoday.net/nawafeth/artshaw-40-129888.htm>.
3. عزة كامل, الجندر والاعلام (قسم المقالات البحثية), (زيارة الموقع: 2009/01/07),
<http://www1.aucegypt.edu/academic/gmj/07s/unrefreed1.htm1>.
4. شعلة شكيب, المرأة العربية والاعلام, (زيارة الموقع: 2011/03/17),
<http://wwwbalagh.com/woman/trbiah/at0t9om7.htm>.
5. التلفزيون ذلك الوسيط السمعي والبصري الذي تجاوز حدود المكان والزمان, (زيارة الموقع: 2009/01/07),
<http://meshwaar.maktoobblog.com/1305721/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%84...>
6. دور وسائل الاعلام في تنمية المرأة وتطوير الوعي بحقوقها ومسئولياتها المجتمعية, (زيارة الموقع:2010/03/12),
<http://etudiantdz.com/vb/t14616.htm1>
7. صورة المرأة في الاعلام العربي, (زيارة الموقع:2010/03/07),
<http://kenanaonline.com/posts/112945>
8. نظريات تاثير وسائل الاعلام, (زيارة الموقع:2010/03/13),
<http://etudintdz.com/vb/18184.htm1>

9. دور وسائل الاعلام في تشكيل المجتمع, (زيارة الموقع:2010/03/12)

<http://etudintdz.com/vb/t40831.htm1>

10. المنهج الوصفي, (زيارة الموقع: 2012/04/20),

<http://www.ingdz.com/vb/showthread.p>

فهرسة الجداول

رقم 1 يوضح أفراد العينة او مكونات العائلة

رقم 2 يوضح طبيعة منطقة السكن

رقم 3 يوضح عدد الغرف لعوائل المبحوثات

رقم 4 البيانات الشخصية لأفراد العينة

الجدول رقم 5 يوضح الحالة العائلية لعينة البحث

الجدول رقم 6 يوضح فئات الأعمار للمبحوثات

الجدول رقم 7 يوضح المستوى التعليمي لعينة البحث

الجدول رقم 8 يوضح طبيعة نشاط رب الأسرة

الجدول رقم 9 يوضح فئات الدخل

الجدول رقم 10 يوضح دور المبحوثات في الايطار العائلي

الجدول رقم 11 يوضح حجم المبحوثات الممارسات لمهنة داخل المنزل

الجدول رقم 12 يوضح عدد الأطفال في العوائل المبحوثة

الجدول رقم 13 يوضح عدد أجهزة التلفزيون التي تستعملها العائلة

الجدول رقم 14 يوضح مكان مشاهدة التلفزيون

الجدول رقم 15 يوضح فترات مشاهدة التلفزيونية

الجدول رقم 16 يوضح أسباب عدم امتلاك جهاز البرابول

- الجدول رقم 17 يوضح القنوات الأكثر متابعة من قبل عينة البحث
- الجدول رقم 18 يوضح الحصص الأكثر مشاهدة من قبل الأطفال
- الجدول رقم 19 يوضح الحصص التلفزيونية التي تفيد في تربية الأطفال حسب المجالات التالية كما تراها أفراد العينة :
- الجدول رقم 20 الذي يوضح طبيعة السلوكيات الصادرة عن الأطفال عند مشاهدتهم لمختلف برامج التلفزيون
- الجدول رقم 21 يوضح طبيعة الحصص التي تساعد على تربية الأطفال
- الجدول رقم 22 الذي يوضح مشاهدة عينة البحث للإشهار
- الجدول رقم 23 يوضح متابعة الإشهار أو الإعلان وفق المجالات التالية
- الجدول رقم 24 يوضح أسباب عدم التأثر بالإعلان أو الإشهار
- الجدول رقم 25 يوضح مدى بحث العينة عن المادة الواردة في الإشهار
- الجدول رقم 26 يوضح مكان البحث عن المادة الواردة في الإشهار
- الجدول رقم 27 يوضح أسباب عدم البحث على المادة الواردة في الإشهار
- الجدول رقم 28 يوضح آراء المبحوثات حول ضرورة وجود التلفزيون
- الجدول رقم 29 يوضح أسباب عدم مشاهدة بعض البرامج التلفزيونية
- الجدول رقم 30 يوضح تقييم المبحوثات لبرامج التلفزيون
- الجدول رقم 31 يبين آراء المبحوثات حول ضرورة وجود قنوات وطنية أخرى